

# PYME

NOVIEMBRE-DICIEMBRE 2017  
Vol. 12 AÑO 2

 CAPITAL

**EMPRESAS**  
& TECNOLOGÍA

**TU NEGOCIO**  
DESDE 0

**10 CONSEJOS**

PARA ATRAER  
INVERSIONISTAS

[www.pymecapital.com](http://www.pymecapital.com)



Inteligencia Organizacional

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

[www.intor.com.mx](http://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

Los clientes y sus emociones

# 06

El sector salud

# 09

5 tendencias para posicionarse en el ramo inmobiliario

# 10

Comercio electrónico

---

# 12

Sé cauto cuando tengas una empresa familiar

# 16

10 consejos para atraer inversionistas

# 18

Hubspot de start up a scale up

# 21

¿Cómo reconocer a un emprendedor?

---

# 22

Empresas y tecnología

# 25

De tu cabeza al mercado

# 27

¿Conoces a tu competencia?

# 28

Periodismo de marca

---

# 30

La cuarta revolución industrial

# 32

Emprender en México

# 34

Tu negocio desde 0

Revista Pyme Capital © año 2017, número 12, 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 -2017 - 071917422500- 102. La originalidad de los artículos así como las opiniones expresadas serán responsabilidad de los autores. Toda la correspondencia debe dirigirse a la siguiente dirección: calle 25 letra C, número 343 Fraccionamiento La Florida, Mérida, Yuc., 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

# LOS CLIENTES Y SUS EMOCIONES

## APRENDE A MANEJAR LA SITUACIÓN

Por: L.P.

Los métodos de persuasión al consumidor pueden ser muy variados y creativos al momento de desarrollar una campaña publicitaria que cautive a tus clientes. Expertos en la materia aseguran que ofrecer un discurso que mezcle emociones y solucione los problemas de tus usuarios, es una fórmula infalible para que tu producto tenga éxito.

El acto de vender ha dejado de ser una práctica cotidiana y se ha convertido en una ciencia, al menos así lo percibe Jürgen Klaric en su publicación más reciente “Véndele a la mente, no a la gente”, en donde plantea que el secreto de la persuasión radica en generar un binomio entre la razón y las emociones de los clientes potenciales.

“Los compradores requieren una combinación de emociones y argumentos basados en hechos, ya que los cerebros humanos están contruidos para percibir y analizar información antes de llegar a una conclusión”, explica Tom Shapiro, CEO de la agencia de marketing Stratabeat, durante una conferencia de marketing en línea.

De igual forma, Shapiro aconseja aprovechar la indecisión del cliente y emitir un discurso corto, preciso y que no apele nada más el aspecto de las emociones. Comportarse con naturalidad, ser uno mismo y sobre todo servicial, es una estrategia muy certera para convencer al usuario que necesita tu producto.

“La gente no sabe por qué compra las cosas, pero

siempre quiere parecer inteligente, por lo que necesita justificar de forma racional sus decisiones. Es aquí cuando el vendedor debe concentrarse en ofrecer un discurso lleno de soluciones”, agrega el empresario.

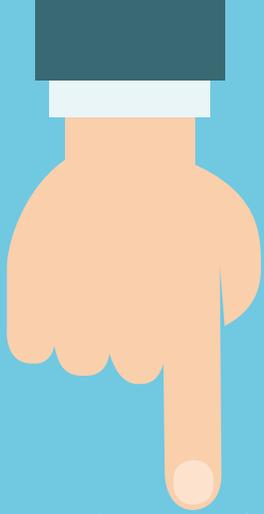
A pesar de lo anterior, es importante tener en mente que nuestros clientes no son tontos, y persuadirlos más de la cuenta, o no dejarles tomar sus propias decisiones; a la larga podría afectar de forma negativa la relación que se establece entre el vendedor y el cliente, además de disminuir la posibilidad de convertirlo en un usuario cotidiano de la marca, pues comprar “por comprar”, solo afectará la confianza que le tiene al producto.

A continuación, te resumimos algunos de los consejos que los expertos ofrecieron, para conquistar el lado emocional de tu mercado meta.

- Los vendedores están tan concentrados en generar y compartir historias, que muchas veces se olvidan que cubrir una necesidad imperante del consumidor, es lo que más los fideliza con la marca.

- La empatía es una herramienta clave, si el consumidor es una persona que gesticula mucho con las manos; entonces hazlo tú también. Esto con el fin de que el consumidor se note que transmites emociones, que eres un ser humano y no una máquina.

- Trata de generar cierta familiaridad. Si colocas a una persona de frente a un producto, cuyo uso desconocen, puede resultar un poco incómodo. En el mundo



empresarial debes contextualizar previamente a quien podría convertirse en un asiduo a la marca que representas.

- Involúcrate emocionalmente, pero jamás persigas al cliente. Es importante que le des espacio suficiente para que pueda pensar detenidamente en cómo tu producto va a cambiar su vida, pero sin perderlo de vista, en caso de que se le presente alguna duda posterior a la reflexión.

- Apostar por lo negativo puede ser de suma utilidad. No hay nada más efectivo que contar una historia que llame la atención de tu cliente, para luego ofrecerle una solución con el producto con el que pretendes cumplir tus metas empresariales.



**REVISIÓN DE FRENOS**  
**AFINACIÓN MENOR O MAYOR**  
**PUNTOS DE SEGURIDAD**  
**SISTEMA ELÉCTRICO**  
**VENTA DE REFACCIONES**

¡LLÁMANOS! 688•66•46

**Full  
Motor**



# **EL SECTOR SALUD**

## **EN UN MODELO DE NEGOCIO**

Por: V.H.

La rama empresarial del sector salud, ha sido de las más explotadas por los emprendedores mexicanos durante los últimos cinco años, esto se debe a que la demanda ha crecido exponencialmente a la par de la densidad de población en diversos puntos de la república.

Según Sandra Sainz, managing partner del fondo de inversión SV Latam Fund, el interés de las empresas por atender las necesidades del sector salud ha crecido por varios factores, uno de ellos es que la esperanza de vida de la población ha incrementado, así como el número de pacientes con enfermedades crónicas degenerativas y la infraestructura hospitalaria resulta insuficiente ante el incremento de la demanda.

“El ser humano enfrenta el desafío inmediato de resolver el tema de salud para la población”, dice Sainz. En la búsqueda de la respuesta a ese reto, los emprendedores a escala global han tomado la tecnología como aliada para desarrollar soluciones en diferentes aristas, que van desde digitalizar expedientes clínicos hasta utilizar la inteligencia artificial para realizar cirugías a distancia.

Dicho aumento en la demanda, ha propiciado un incremento en las oportunidades para que los emprendedores inviertan en el sector salud, a pesar de que aún existen brechas en diferentes esquemas. A continuación te presentamos cinco áreas de oportunidad para emprender en dicho sector.

#### **- Registro de pacientes:**

La conversión de los expedientes clínicos a archivos digitales para facilitar su uso y almacenarlos en un dispositivo remoto o en la nube, es una de las apuestas más grandes por los emprendedores, según los inversionistas.

La digitalización de los historiales clínicos facilitará a los usuarios el acceso a una atención personalizada, a la vez que reducirá los costos de operación de las instituciones públicas, pues representará un ahorro de tiempo y recursos.

#### **- Inteligencia artificial:**

A últimas fechas, el uso de robots ha dejado de ser una cuestión de la ciencia ficción, tomando su lugar en la vida cotidiana, incluyendo la medicina. Los expertos en la rama opinan que ahí radica el futuro de las ciencias médicas, por lo que las empresas deberían comenzar a desarrollar herramientas de inteligencia artificial que ayuden al personal de salud a ejecutar y tomar decisiones complejas.

A pesar de estos avances, aún hay muchas decisiones que requieren ser tomadas por seres humanos, como el nivel de anestesia por ejemplo, sin embargo, en la actualidad existe una computadora que le dice al doctor que es lo que tiene que hacer con base en la información que ha recopilado previamente. Los expertos piensan que esta tendencia tardará un poco en normalizarse en los hospitales a comparación de otras innovaciones en la industria.

#### **- Genética:**

Esta disciplina avanza a pasos agigantados para postularse como otra oportunidad para los emprendedores mexicanos. Los médicos aseguran que la medicina basada en la información individual de cada paciente obtenida a través de herramientas de big data, inteligencia artificial y algoritmos permitirá el diseño de medicinas y tratamientos personalizados.

#### **- Salud preventiva:**

Quienes son partícipes de la cadena de la salud han manifestado su preocupación por los costos de atención médica, los cuales coinciden en que tienen que disminuir. Para esto, la mejor estrategia es la prevención.

En la medida que el sistema médico permita que haya más prevención, los costos disminuirán paulatinamente, lo que ha ocasionado que muchas empresas hayan volteado a ver el ámbito de la prevención en la salud.

Desarrollar aplicaciones digitales que permitan a los pacientes llevar un registro de la actividad física, la alimentación, los niveles de azúcar y otros tipos de comportamientos son algunas de las opciones para emprender en esta división de la salud.

# SEGUROS A.R.



PREGUNTA POR NUESTROS

SEGUROS COBERTURAS

9993.20.24.26

# 5 TENDENCIAS

PARA POSICIONARSE EN EL RAMO INMOBILIARIO

---

Por: A.R.S

Las tendencias de actualidad son un arma muy poderosa para los emprendedores, ya que pueden ser un factor que colabore a llegar de una manera más efectiva a su mercado meta. Cada año trae consigo un sinnúmero de tendencias que las marcas han aprovechado para modificar sus productos, mejorar sus estrategias de marketing y transformar la forma en la que se promocionan.

Dichas tendencias, han sido utilizadas en rubros como la belleza, el sector automotriz, alimentario, etcétera, sin embargo; poco se ha visto de esto en el sector inmobiliario. A continuación te presentamos cinco tendencias que pueden ser de gran utilidad para quien se desempeñe en este importante sector empresarial.

## **Feminismo:**

El empoderamiento femenino es una tendencia que ha ayudado a las marcas a posicionarse en dicho sector. A últimas fechas, los empresarios han aprovechado la ola feminista en sus anuncios para promover desarrollos inmobiliarios dirigidos a mujeres independientes y trabajadoras.

## **Tecnología para recién nacidos:**

Los millenials es una generación que se ha preocupado en darles un cuidado especial a sus hijos, usando la tecnología como un poderoso aliado para ello. Una idea es comenzar adaptando tecnologías a sus casas que faciliten la crianza de sus hijos, pues se trata de un sector que ya empieza a

formar familias y a ser padres.

## **Bloqueadores de señal Wi-Fi:**

La falta de comunicación debido a los dispositivos electrónicos, es un factor que suele generar una comunicación deficiente en el núcleo familiar, por lo que recientemente se han creado dispositivos que inhiben la señal de Wi-Fi en ciertas zonas de la casa. Sin duda la oferta de esta tecnología en los inmuebles, para favorecer la comunicación, será una gran apuesta para el futuro para el ramo inmobiliario.

## **Discapacidad y publicidad:**

El sector de discapacitados ocupa un gran porcentaje de la población mundial, y a últimas fechas, han sido lanzadas numerosas campañas publicitarias para personas con capacidades diferentes, logrando que dicho sector, se sienta más identificado. Que los empresarios del rubro inmobiliario se interesen en este segmento, representa una gran oportunidad de negocio, para construir espacios que les permita llevar una vida más simple.

## **Estilo de vida saludable:**

El año en curso se ha caracterizado por que la gente se ha preocupado más por su salud física, debido a esto, es importante incorporar espacios que permitan al usuario mantenerse en forma, al igual que una campaña publicitaria que despierte el deseo de realizar yoga, correr por la mañana y cuidar de la salud.





# COMERCIO ELECTRÓNICO, UNA NUEVA GAMA DE OPORTUNIDADES

Por: M.C.

La emergencia de la gran red mundial que constituye el internet, ha generado cambios drásticos en la forma que hacemos negocios. La compra de electrodomésticos, maquinaria industrial, computadoras portátiles y servicios, se ha facilitado considerablemente, poniéndola a unos cuantos clics de distancia del usuario final.

Cada día son más los emprendedores mexicanos que deciden ingresar en el mundo digital y comercian sus productos o servicios a través de plataformas digitales, pues estas les ofrecen varias ventajas, incluyendo un bajo costo.

Cada uno desde su ramo empresarial, utiliza el comercio electrónico como una poderosa herramienta desde la cual maneja su negocio, potencia su crecimiento y asegura su expansión hacia otros países, lo que contribuye a fortalecer las relaciones con sus clientes, distribuidores y demás allegados.

Los nuevos empresarios que operan a través de este modelo de negocio, opinan que cada vez mejoran más las

condiciones que hacen posible que un negocio a través de internet sea exitoso, pues los nuevos negocios están apostando por modelos donde los márgenes de venta del producto son suficientemente altos para que éste sea rentable desde el inicio.

#### **Logística:**

Ya que se ha logrado que el cliente elija el producto de su preferencia y realice el pago, hay empresas que enfrentan otro desafío: la logística de la entrega.

Es sumamente recomendable para el emprendedor, que se desarrollen estrategias de entrega de productos que sean dinámicas y atractivas, ya que así le permitirán solucionar este rubro, que varias empresas consideran una barrera para la operación.

#### **Asimetría de Información:**

Detrás de una computadora está el vendedor de un automóvil. Mientras, a kilómetros de distancia, se encuentra un comprador interesado en adquirir un

vehículo. A pesar de que hay una oferta y una demanda, muchas transacciones online no se concretan por falta de información.

Ante esta problemática, los expertos aconsejan desarrollar emprendimientos que ofrezcan a ambas partes un puente de comunicación y una plataforma de información igualitaria, es decir, hay varias oportunidades para que esto mejore en internet.

#### **Venta de productos de consumo:**

Aunque es la división del comercio electrónico que más ha sido explorada por los emprendedores, todavía hay negocio suficiente.

Esta nueva división de emprendedores requerirán un alto nivel de astucia, es por eso que los expertos recomiendan apostar por negocios que ayuden a operar el e-commerce. Por ejemplo, los pagos móviles, porque los usuarios de teléfono celular representan 73.6% de la población en el país, según el Inegi.

**¡PROTEGE LO QUE  
MÁS QUIERES!**



**MANUEL BARRERA**

AGENTE DE SEGUROS

C. 9992.43.42.67



***SÉ CAUTO***

**CUANDO TENGAS UNA EMPRESA  
FAMILIAR, LAS REGLAS CAMBIAN**

Por: A.T.

Separar a la familia de los negocios. Esa frase es comúnmente escuchada para mantener un balance entre lo laboral y lo personal, para evitar que los problemas de la casa se trasladen a la oficina y viceversa. Sin embargo, cuando es una empresa familiar las reglas cambian.

Cuando se tiene una empresa familiar existe una línea muy difusa y pequeña que separa al hogar del trabajo, lo cual es capaz de generar conflictos. Aún más, es complicado cuando se hereda la dirección del negocio a la siguiente generación, porque eso podría provocar una disputa entre los miembros de la familia.

Apenas un 30 por ciento de las empresas familiares alcanza la segunda generación y el 12 por ciento la tercera, menciona la Small Business Administration y el Bureau of Labor Statistics. El promedio de esperanza de vida de una empresa familiar es de 25 años.

Pero, al mismo tiempo, es sorprendente que casi la mitad (44 por ciento) de las 500 empresas familiares más grandes del mundo llegaron a la cuarta generación. Algunas de estas son América Móvil, propiedad de la familia Slim en México, o Walmart de los Walton, en Estados Unidos.

Según Mario Rizo Rivas en Forbes “lo que no está funcionando en la empresa familiar es que básicamente el hecho de que no se prepara una estrategia para la sucesión”.

Según un estudio realizado por Banamex y la consultoría ProfitConsulting, las empresas familiares representan el 90 por ciento de las unidades económicas de México. Pero, al mismo tiempo, son las que mayor riesgo tienen de morir.

“Lo que me llama la atención es la capacidad de las empresas familiares -las que tradicionalmente son vistas como esa pequeña tienda de la esquina- para crear un valor significativo”, dice para la revista Forbes Thomas Zellweger, profesor de administración de empresas en la Universidad de St. Gallen y director general de su Centro para la Empresa Familiar.

El informe Empresas familiares latinas: más gobierno,

mejores empresas señala que los principales retos que este tipo de negocios enfrentan son:

Con personas que conocen y están comprometidas con la empresa y de los que consta voluntad por suceder.

- Ejemplifican los valores familiares.
- Tienen capacidad de liderazgo.
- Tienen empatía para las relaciones interpersonales.
- Son buenos creadores de equipos.
- Cuentan con capacidad de decisión.
- Son independientes.
- Poseen madurez, personal y profesional.
- Son vistos por la organización como una alternativa clara por su trayectoria y personalidad.

De acuerdo con CCN Expansión, los seis errores de las empresas familiares son:

**1. Tener las finanzas poco claras.** Existe el riesgo de que el fundador otorgue a sus familiares sueldos elevados que les permitan tener un buen estilo de vida, pero que no consideren el desempeño. Eso generará problemas económicos en el interior de la compañía.

**2. Descuentos especiales.** Tener una empresa familiar puede conllevar a que se otorguen descuentos especiales a amigos, más flexibles y que no cumplan con los acuerdos para el cliente “común”, esto llevará a ‘sangrar’ al negocio.

**3. Ego.** Tener cuidado en cómo se actúa desde la gerencia y la presidencia de la empresa, porque pueden tomarse decisiones pensadas en el bienestar individual y no de toda la compañía.

**4. Repartición.** Al momento de hacer los dividendos, es posible que la plantilla laboral no familiar quede rezagada en las decisiones de alto nivel, eso provocará un malestar generalizado entre los trabajadores.

**5. Paternalismo.** El fundador podría crecer en contacto con sus empleados, y eso puede hacerle sentir obligado a resolver problemas personales y no laborales.

**6. Dependencia excesiva.** Ante la falta del fundador



de la familia, se corre el riesgo de desaparecer. Es necesario que se cuenten con planes de sucesión, prever que empleados puedan brincar rápidamente a puestos estratégicos y permitir el crecimiento más allá de la familia.

Entre las recomendaciones están:

La separación de los asuntos familiares y del negocio y la definición clara de los roles. No se deben mezclar los problemas personales con los laborales, y debe saberse quien dirigirá cada área y de qué manera.

Se menciona también una visión global, equilibrada, para gestionar el negocio según los parámetros financieros y familiares. También podría buscarse ayuda de consejeros independientes y consejos separados de la familia, para que otorguen una perspectiva diferente a la que se tiene en el interior de la empresa.

Recuerda tener cuidado al discutir con tus familiares sobre problemas de la empresa. Esto podría ocasionar un conflicto que lleve a la compañía que con tanto esfuerzo ustedes han construido, pero también podría llevar a una ruptura de la relación sentimental.



I WANT TO CO  
ACADEMY

PREPARARSE TE DA LA  
CONFIANZA PARA DAR  
PASOS MÁS FIRMES

☎ 1.61.71.79  [www.iwtc.mx](http://www.iwtc.mx)

📍 c. 55 #560 x 74 y 74-a col. Centro

# 10 CONSEJOS

## PARA ATRAER INVERSIONISTAS

Por: K.J.S.

Los inversionistas son los garantes de que una empresa se lleve a cabo de manera exitosa, son ellos quienes se encargan de poner el capital que permita que todo se mantenga en correcto funcionamiento al momento de emprender un negocio. Todas las empresas necesitan ese empujón para salir adelante o crecer.

Es bien sabido que el dinero es un factor que puede influir para hacer crecer más rápido un negocio, así como resolver problemas específicos, llega un punto en el que los emprendedores deben decidir si es el momento adecuado para recaudar capital externo, y a pesar de que no es un proceso fácil, este se puede usar como palanca para impulsar un negocio.

Si estás seguro que esta inversión impulsará a tu

empresa para alcanzar el siguiente nivel, aquí te presentamos diez formas de hacerla más atractiva para los inversionistas.

### **Rodéate de expertos:**

Con esta estrategia, lograrás posicionarte como un punto sólido de referencia. Además los consejos de mentores, líderes, consultores y asesores que tengan más experiencia en el ramo de tu empresa, pueden ser de gran utilidad. No importa si te los brindan de manera formal o informal, tomarlos es una muestra de humildad y prueba de que eres consciente de que existen personas que pueden ayudarte a tener un panorama más amplio.



### **Identifica los problemas de tu empresa:**

Siempre es más importante conocer a fondo el problema, antes que la posible solución. Eso es un indicador de que tienes claro tu mercado meta y que en caso de que el primer intento no funcione, puedes intentarlo hasta que lo consigas, la perseverancia es un valor muy deseable en los emprendedores.

### **Se determinante al momento de tomar decisiones:**

Pocas cosas alejan tanto a los inversionistas como una persona indecisa. Cuando hayas reflexionado y tomado lo que consideres una buena decisión, adhiérete a ella y dale el tiempo suficiente para que rinda los frutos deseados.

### **Conoce bien a tus competidores:**

Conocer las fortalezas y debilidades de tus competidores puede ser de mucha utilidad. Investiga sus estrategias de mercado y asegúrate que las tuyas sean diferentes, con el fin de mejorar. Muchas veces no tiene que ser una competencia hostil, existen varios casos en los que las empresas pueden prosperar a la par.

### **Toma la delantera:**

Puedes ser el más accesible, o el más exclusivo, pero es importante definir tu posición en el mercado y mantenerte en ella. Existen varias formas de posicionar a tu empresa, asegúrate de tener una propia y hacerla única.

### **Se consiente de tus cifras:**

Conoce tus métricas clave, ponlas al frente y enfócate en tu plataforma. Si arruinas esto, irás directo al tanque de los tiburones. Si las reuniones con inversionistas son un éxito, esto te dará poder en cualquier momento que quieras pedir dinero para tu empresa.

### **Ponte metas ambiciosas:**

Si identificas un rubro de tu empresa en específico, que



mantiene el interés de la mayoría de tus usuarios, haz que esto mejore de manera exponencial. Asegúrate de estar enfocado en cosas específicas que a corto plazo contribuyan a impulsar tu negocio y que tus inversionistas sepan muy bien cuales son.

### **Se accesible:**

Si alguien quiere invertir en tu empresa, es muy importante que te pueda encontrar en el momento en que te busque. Si tienes un sitio web, asegúrate de tener la información correcta de contacto.

### **Mantente al día:**

Es muy importante saber, cuanto sea posible, sobre tu industria y su mercado. Si buscas crear una aplicación, toma un curso en línea sobre la creación de la misma. Si quieres que tu producto crezca, habla con tus usuarios. Depende de ti conocer las últimas tendencias, el estado de la industria y estar al tanto del punto al que se dirige.

### **Siempre busca ser el centro de atención:**

Intenta que donde quiera que tus futuros inversionistas estén leyendo, aparezcas mencionado. Lo ideal sería que escribieran un artículo que hable sobre ti o tu empresa. Mantén visible tu negocio y a ti para los inversores en un sentido más autoritario. Debes lograr que se hable de ti, de tu compañía y de los problemas que resuelven.



## HUBSPOT

### DE START UP A SCALE UP

Por: J.C.

A últimas fechas, el monto de inversión necesario para emprender ha disminuido. El CEO y cofundador de HubSpot, Brian Halligan, posee pruebas al respecto, pues al fundar su compañía en el 2006, realizó una inversión de 200,500 dólares, en contraste con el día de hoy, que la inversión en espacio de trabajo, artículos de oficina, registro de dominio, servidores, impuestos y herramientas para llevar a cabo la empresa, le hubiera costado 1,019 dólares.

Según Halligan, nunca ha habido un mejor momento para emprender, sin embargo, estos beneficios significan también que habrá un mayor número de competidores en la rama en la que desees desempeñarte, por ejemplo, cuando HubSpot inició operaciones tenía 30 competidores, actualmente, la cifra es mayor a 5,000. “Todos luchamos por el mismo dinero”, agrega el empresario.

Hacer que una idea sea redituable en un ámbito sobre explotado es algo complejo y a causa de esto, el especialista aconseja a los nuevos empresarios que desarrollen un grupo de “músculos”, con el fin de propiciar que su empresa pase de ser una start up a scale up.

La concentración y fijarte objetivos específicos serán tu mejor arma. Escoge tus batallas con inteligencia y trabaja en ellas de manera que puedas cumplir las metas previamente fijadas.

Colaborar con todos los proyectos que tocan a tu puerta puede que no sea la mejor estrategia, pues es probable que pierdas esfuerzos importantes en la implementación de iniciativas que podrían no valer la pena.

De igual forma, recuerda contratar a los mejores en su rama y crear una cultura empresarial. Reclutar personal podría parecer una tarea sencilla, pero no lo es, y la falta de cultura empresarial en una compañía puede dificultar aún más este proceso.

Cuando HubSpot comenzó operaciones, la cultura empresarial no estaba considerada. “Se sentía



como un lujo, como un derecho que no podíamos permitirnos”, dice el cofundador de la firma de marketing online.

Sin embargo, la percepción cambió cuando Halligan se unió a un grupo de CEO que debatieron sobre la importancia de contar con un conjunto de valores que orientaran a los colaboradores de la compañía y los motivaran a permanecer en ella. La conclusión a la que llegaron fue que para construir una gran empresa se necesitaba contratar a la mejor gente, y el ingrediente mágico para lograrlo era la cultura.

Las métricas lo confirmaron. Después de definir una cultura empresarial, HubSpot realizó una medición entre sus empleados para saber la razón de su permanencia en la empresa. La respuesta validó la teoría: a la gente le gustaba trabajar en la compañía de marketing porque se identificaban y les gustaba la cultura empresarial.

En la compañía, el documento que establece la cultura no es intocable, los colaboradores pueden enriquecerlo con comentarios. Además, la empresa cuenta con un empleado dedicado sólo a escuchar a los trabajadores.

Es bien sabido que para lograr un objetivo, es necesario comenzar a andar, por esto, Halligan comenta que en HubSpot decidieron poner en marcha una estrategia que les permitió alcanzar rápidamente la etapa de crecimiento empresarial.

La meta de HubSpot era clara: pasar de ser una start up a una scale up, y para conseguirlo, decidieron invertir en investigación de mercado, así como en el desarrollo de nuevos servicios que contribuyan a satisfacer las necesidades de sus clientes. “Fue un camino difícil”, reconoce su fundador, sin embargo admite que a pesar de la dificultad, los aprendizajes que ha obtenido no tienen precio.



---

# CONSULTORÍA EN PROYECTOS SOCIALES

196.19.68  
Calle 55 # 560 x 74 y 74-A Col. Centro,  
Mérida, Yucatán.  
[cdc.desarrollo@gmail.com](mailto:cdc.desarrollo@gmail.com)



# ¿CÓMO RECONOCER A UN EMPRENDEDOR?

Por: C.C.

Ha sido probado que los rasgos de personalidad en las personas pueden influir en diversos ámbitos de su vida, el de los negocios es uno de ellos. Es fácil darse cuenta de que las personas exitosas comparten características en su carácter, de igual forma que las comparten las que se encuentran más lejos de la cima.

¿Cuáles son las actitudes que conducen al fracaso? Ese fue uno de los temas de discusión que abordó un foro de negocios en internet, en donde se discuten este tipo de temáticas. A continuación te presentamos algunos de los rasgos que tienen en común las personas poco exitosas, para que los evites.

## **Tienen una mentalidad estática:**

Las personas que perciben sus cualidades básicas como algo fijo, creen que solo el talento conduce al éxito empresarial, y creen que a pesar de lo duro que trabajen y el tiempo que inviertan para cumplir sus objetivos, nunca mejorarán. Por otro lado, las personas que adoptan una mentalidad de crecimiento, aseguran que dichas habilidades se pueden desarrollar a través de la dedicación y el trabajo duro. Es así como consiguen el éxito.

## **La arrogancia:**

Esta característica es la causante de que las personas piensen

que lo saben todo, es por eso que es difícil que las personas que les rodean les ayuden a tener éxito. Por el contrario, la gente exitosa, es capaz de reconocer que no se puede saber todo, y es por eso que se rodea de gente que apoye talento e ideas para triunfar.

## **No tener la capacidad de adaptarse:**

Una de las principales cualidades que debe poseer una persona exitosa, es una rápida capacidad de adaptación. Esta virtud es especialmente importante para los líderes, pues es crucial para la agilidad del aprendizaje y les permite a las personas permanecer flexibles, así como adquirir una diversidad de desafíos.

## **Ser impulsivo:**

Seguro has escuchado hablar de "la prueba de la melcocha", uno de los experimentos psicológicos más famosos. Gracias a dicha prueba, se descubrió que el autocontrol es un importante predictor del éxito personal y profesional.

Si consideras que tienes alguno de estos rasgos, no te preocupes, por ningún motivo significa que estés condenado al fracaso. Es posible modificar el comportamiento, cambiando las partes desfavorables de tu personalidad, lo que te permitirá desarrollar hábitos saludables que te pongan en camino hacia el éxito empresarial.

A close-up photograph of a young man with dark hair and glasses, smiling as he looks at a white smartphone. He is wearing a dark jacket over a patterned shirt. The background is blurred, suggesting an office or indoor setting. The image is framed by a purple border on the left and bottom.

# **EMPRESAS Y TECNOLOGÍA**

Por: C.S.



Desde la proliferación del internet, así como la producción de teléfonos inteligentes, las compañías de dicho rubro se han esforzado en el desarrollo de productos, tanto físicos como software, para facilitar nuestras vidas y las acciones que realizamos cotidianamente.

Las aplicaciones para teléfonos móviles también han contribuido a facilitar el marketing, y como consecuencia; el emprendimiento, brindando a sus usuarios plataformas que dinamizan considerablemente el desarrollo de estrategias de mercado, lo que abre un nuevo universo de posibilidades para tu negocio.

Dicho lo anterior, te presentamos una lista de aplicaciones que facilitarán tu ejercicio empresarial, todas disponibles tanto para el sistema operativo Android como iOS.

**- Proven:**

Esta app se convertirá en tu mejor aliada cuando se trata de contratar personal para tu empresa. Su dinámica interfaz te permite publicar cuáles son los puestos que se encuentran disponibles en diferentes páginas de empleos de forma automatizada. Lo mejor es que puedes clasificar a los aspirantes y así escoger a la persona más adecuada para la vacante.

**- Square:**

Esos molestos pagos de comisiones bancarias suelen ser un dolor de cabeza para todo emprendedor. Esta aplicación te permitirá hacer transacciones rápidas y eficientes al momento de vincularla con tu cuenta bancaria.

También ofrece un lector de tarjetas para que puedas aceptar transacciones vía tarjeta de crédito. Únicamente te pide una inversión inicial de 49 dólares, que según la opinión de muchos, valen la pena. La aplicación se queda solo con el 2.7% de comisión por venta.

**- Fuze:**

Si el giro de tu empresa requiere realizar llamadas y videoconferencias internacionales, esta aplicación es para ti. En la actualidad, hay muchas empresas que realizan transacciones en línea, o cuyos miembros del equipo se encuentran en otros países. Con esta aplicación podrás ahorrar mucho dinero en transporte, además del principal recurso para cualquier empresa: el tiempo.

**- Addapt:**

Es muy frecuente que establecer contacto con tus compañeros de trabajo sea un verdadero dolor de cabeza; ante esta necesidad, nace Addapt. Esta aplicación te permite enviar mensajes instantáneos, además de que actualiza automáticamente la información de contacto de tu equipo de trabajo, en caso de que cambien su número.

**- FreshBooks:**

Se trata de tu mejor aliada en todo lo referente al fisco, como facturas, cobros y finanzas en general. Su interfaz te permite generar recibos personalizados para cada cliente, así como clasificarlos y saber exactamente cuánto dinero entra y sale de tu cuenta.

Un extra es que con esta aplicación, puedes conocer tus márgenes de pérdida y ganancia mes con mes, así como prepararte para realizar gastos e inversiones que beneficien a tu empresa.

**- Google Wallet:**

Este software desarrollado por Google, es de suma utilidad al momento de comprar mercancía para tu negocio, pues recopila todos los datos de tus tarjetas, tanto de crédito como de débito y te permite pagar tus compras utilizando únicamente tu teléfono móvil.

**- Webex:**

Esta app es perfecta al momento de organizar reuniones con tus colaboradores, ya que te permite anotar, gestionar y formalizar encuentros



en cualquier lugar. Aunado a esto, también cuenta con funciones para compartir información y realizar trabajos en conjunto de una forma muy dinámica.

**- Desk.com:**

Es muy común que los emprendedores, con tantas cosas en la cabeza, sufran de mala memoria, por lo que se les dificulta recordar a las personas, así como su información de contacto. Este programa se encarga de guardar todos los datos relacionados con tus clientes, así como sus redes sociales.

**- Quickbooks:**

Esta es otra opción para manejar todos los aspectos de tus finanzas, pues en ella puedes clasificar tus ventas, de manera en que no se te escape nada y puedas acceder a ellas fácil y rápidamente, así como enviar correos electrónicos con estimados.

**- Mint.com:**

Se trata de otra aplicación que facilita la gestión de tus finanzas. Con Mint, podrás conocer los balances de tus cuentas bancarias, así como las transacciones realizadas. Además, los datos se actualizan automáticamente.

Con estas diez aplicaciones, llevar las cuentas de tu negocio y esas tediosas actividades relacionadas al mismo, serán mucho más llevaderas.

# **DE TU CABEZA AL MERCADO, HAZ QUE TU GRAN IDEA TENGA ÉXITO**

Por: L.B.

No todos nacemos con el instinto empresarial, algunos opinan que es cuestión hereditaria, otros que se puede aprender sobre la marcha, lo que no se puede negar, es que no necesariamente alguien con una gran idea tiene el don de llevar a cabo un negocio exitoso. Esta es la razón por la cual muchas ideas innovadoras y con el potencial para generar jugosos ingresos, se quedan en la etapa de prototipo y no salen al mercado.

Existen muchos científicos, químicos, ingenieros y demás profesionistas, quienes a pesar de tener un grueso currículum y experiencia en su área que les permitieron desarrollar tecnología o algún invento importante, desconocen cómo funciona una empresa y todo lo que esto conlleva, lo que limita considerablemente su potencial de éxito.

“Ese panorama está mal porque son como sueños que se quedan en el cajón” dice Manuel Gutierrez Novelo, co fundador de la empresa de realidad virtual ImmersiON-VRelia y presidente de la aceleradora de negocios Angel Inventum.

El empresario asegura que la falta de conocimientos del ámbito empresarial no es el único factor que impide que una idea innovadora llegue a los aparadores, sino la falta de mentalidad triunfadora y la poca colaboración entre integrantes del proyecto también tienen un impacto negativo en el producto a desarrollarse.

¿Cómo se logra que una gran idea llegue al mercado? Los expertos piensan que no existe una fórmula para el éxito como tal, pero si un conjunto de acciones que pueden ser muy útiles en el proceso de sacar tu idea al mercado.

## **- Paténtala:**

Tramitar una patente para tu nuevo producto es uno de los quehaceres básicos antes de sacarlo al mercado, ya que se trata del registro de la propiedad intelectual de tu trabajo, e impedirá que otras personas comercialicen tu idea y lucren con ella.

## **- Resalta su utilidad:**

Luego de patentar, deberás hacer ver a tus clientes potenciales, que se trata de un producto que resolverá un problema de sus vidas, ya que de nada sirve desarrollar una idea si no logra despertar el interés de su mercado meta.

Puede ser muy útil acudir a especialistas en la rama en la que se desenvolverá el producto y preguntarles acerca de su opinión, y así obtener una retroalimentación. Luego de recibir los comentarios, integrarlos al proyecto.

## **- Traza muy bien tu camino:**

Lo que sigue es decidir cómo lograrás incursionar en el mercado; si vas a vender tu idea, a licenciar la patente o a producirla tú mismo para luego comercializarla. Se trata de una decisión delicada, y cuando los recursos son limitados, lo es aún más.

Para tomar dicha decisión, debes tener en cuenta el nivel de esfuerzo y recursos que estás dispuesto a invertir. Si no cuentas con los recursos económicos ni el tiempo suficiente, probablemente el camino más conveniente sea vender la idea o licenciarla.

Producir tú mismo la idea innovadora y comercializarla no significa que deberás armar una planta de producción, invertir en inyectores y contratar a un gran equipo, aunque sí deberás constituir una empresa para iniciar operaciones. Los especialistas sugieren que establezcan alianzas estratégicas con manufactureros que te permitan producir en sus instalaciones, así como con posibles distribuidores para poner en el mercado tu innovación.



**MARCHA**  
Corporativo Marcha S.A. de C.V.

CONSULTORÍA  
CAPACITACIÓN  
TRAMITOLOGÍA  
RENTA DE SALAS

T. 9.87.02.97

# Y TÚ ¿CONOCES A TU COMPETENCIA?

Por: M.P.



En el mundo de los negocios, el conocimiento de la competencia juega un papel crucial para el éxito de una empresa, pues se puede aprender de los errores cometidos con anterioridad para evitar caer en ellos, así como permite desarrollar estrategias para que nuestro producto ofrezca una ventaja de la que los competidores carecen.

Dicho conocimiento puede lograrse mediante el análisis de la competencia, el cual consiste en la observación y comparación de las capacidades, recursos, estrategias, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades y demás características de las empresas que manejen productos similares a los propios, esto con el objetivo de que las decisiones y estrategias que preparemos, se basen en dicho análisis y así competir de la mejor manera posible.

Esta estrategia, no solo permite a los empresarios mantenerse prevenidos ante nuevos movimientos o acciones realizados por la competencia, sino también facilita el hecho de aprovechar sus debilidades, anticiparse a sus movimientos y hacer frente a sus virtudes, tomando como referencia los productos que les hayan arrojado buenos resultados.

Es común que muchos directores de empresas no suelen optar por el análisis de competencia, por considerarlo una tarea compleja que requiere una investigación exhaustiva de los adversarios, por lo que terminan contratando empresas de investigación de mercados para que lo hagan por ellos, sin embargo, el análisis de competencia puede resultar un quehacer tan sencillo como visitar el local de la empresa

contraria y tomar nota de sus procesos; incluso las páginas web nos pueden brindar información muy útil respecto a las estrategias de marketing que están llevando a cabo.

El paso a dar para dar inicio a este proceso, es recopilar la mayor cantidad de información posible, que consideremos relevante o necesaria acerca de la competencia, ya sean competidores directos, es decir, que vendan productos similares al nuestro, o competidores indirectos, que comercialicen productos sustitutos.

Identificar a la competencia, a sus líderes, su ubicación y sus mercados, son valiosos datos a la hora de llevar a cabo esta tarea, al igual que el conocimiento que tienen de sus mercados, sus volúmenes de ventas y sus recursos.

Asimismo, su capacidad de producción o abastecimiento, las estrategias de marketing que utilizan, los materiales con los que elaboran sus productos, sus precios, puntos de venta, ventajas y desventajas competitivas, son datos que pueden ser de suma utilidad en el ejercicio de análisis de competencia.

Visitando los locales de la competencia, es posible realizar una observación y tomar notas de los procesos que se realizan al interior de la empresa, como el desempeño del personal, la atención al cliente, los productos y los servicios más solicitados; así como precios, decoración, etcétera, de igual forma que se pueden adquirir los productos que comercializan para realizar un análisis más a fondo de los mismos.



# **PERIODISMO DE MARCA,**

## **UNA TENDENCIA POCO EXPLOTADA EN**

### **ÁMERICA LATINA**

Por: M.M.B.

Enriquecer el conocimiento, la generación de valores y el aporte de bases para la construcción de una sociedad más consciente respecto a diversas situaciones en las que vivimos, son algunas de las formas en las que las compañías actuales se conectan con sus grupos de interés; a través de una nueva herramienta para la difusión de los productos o servicios que ofrecen: el periodismo de marca, o Brand Journalism.

Más allá de informar a los clientes acerca de las últimas noticias corporativas, el periodismo de marca es una herramienta que tiene como fin la creación de publicaciones que generen conocimiento relacionado con el giro de la compañía y con esto aumentar la

reputación de la marca.

El quehacer de las compañías en el periodismo de marca, radica en la clasificación y producción de contenido que mantenga el interés de la audiencia en recibir información ligada a temas de actualidad. Esto por lo general sucede en plataformas o publicaciones editoriales disponibles para cualquier internauta, a través de las cuales la compañía genera un vínculo más estrecho con sus consumidores.

Muchas empresas, al llevar a cabo este ejercicio, caen en el error de crear y divulgar únicamente información relacionada con la misma, limitándose a publicar



# STORYTELLING

comunicados de prensa o el lanzamiento de un nuevo producto, es necesario ir un paso más allá.

A continuación presentamos algunos consejos para utilizar adecuadamente esta herramienta y posicionar a tu empresa como un medio fidedigno para la difusión de material relacionado con el rubro en el que se desenvuelve.

La credibilidad es la columna vertebral del periodismo, lo que ocasiona que el periodismo de marca se base en gran parte en la confianza y reputación del medio que publica la información, debido a esto, lo publicado bajo el sello de una marca debe ser confiable y transparente, al igual que debe estar debidamente fundamentado.

Para reafirmar este conocimiento, es aconsejable crear un sello editorial bajo otro nombre, para así posicionarse como un medio independiente respaldado por una marca reconocida, pero a fin de cuentas autónomo.

Otra estrategia que utilizan las marcas es el uso de la narrativa como el componente principal de sus publicaciones, claro, sin perder la formalidad que

tiene el medio, adicionando cierta estética literaria para contar los hechos de una forma más entretenida, lo que se conoce como storytelling.

El storytelling consiste en incluir una historia dentro de cada noticia, es así como se pueden exponer historias sobre la marca, mostrar sus procesos de innovación y el avance de sus negocios a nivel mundial, es importante tener en cuenta que lo que haga tu empresa puede contribuir a generar valor a su audiencia.

Las publicaciones periódicas y especializadas, también contribuyen a consolidar los lazos emocionales con la audiencia, al especializarse en un nicho en específico, como la cultura o el deporte.

El periodismo de marca en América Latina aún es una tendencia que no ha sido tomada en cuenta, a pesar que en el mundo existen múltiples medios de difusión que han sido creados por marcas, sin embargo no falta mucho para que las grandes compañías comiencen a contratar periodistas y cuenten con un departamento especializado en contenidos que pueda darle forma a la carta de presentación más importante de una empresa: el conocimiento.

# LA CUARTA REVOLUCIÓN

## INDUSTRIAL

Por: G.C.

Desde la emergencia de la máquina de vapor, -la cual dio lugar a la primera revolución industrial-, el mercado laboral ha sufrido innumerables cambios en su estructura, tanto mecánica como en el ámbito de los recursos humanos.

Si bien este dinamismo no ha sido del todo perjudicial para los trabajadores, facilitando significativamente las tareas a desempeñar, ha propiciado una depreciación de la fuerza de trabajo de los mismos, ya que sus puestos se han vuelto hasta cierto punto operacionales. Las máquinas han tomado un papel protagónico en el área manufacturera.

El desarrollo tecnológico del último siglo, ha registrado un ascenso exponencial con el desarrollo de nuevas tecnologías, siempre en aras del desarrollo y la mecanización de los medios de producción, lo que ha llevado a varios economistas a pensar que estamos viviendo una cuarta revolución industrial.

Según la revista Forbes, esta nueva etapa para la industria, en la que los llamados bots (programas informáticos que emulan el comportamiento humano) ya están jugando un papel fundamental en empresas de todos los rubros, sustituyendo en varios casos, la mano de obra humana.

“Toda automatización genera desempleo”, se plantea Carlos Toxtli, emprendedor e investigador de la universidad de West Virginia. De igual modo, prevé que para el 2025, la cifra de empleos que serán reemplazados por agentes informáticos ascienda a 140 millones de trabajos.

Debido a que gran parte de los empleos que conocemos en la actualidad son automatizados, el



45% de estos son reemplazables con bots, lo cual generaría una derrama económica a nivel mundial que ronda los tres trillones de dólares.

Ingllaterra, cuna de las revoluciones industriales, se encuentra a la cabeza pues lleva diez años aplicando bots en puestos como social media, abogados, contadores, operadores de bolsa, médicos e incluso choferes, debido a que estos resultan 90% más baratos que un empleado, al que por ley deben garantizar seguridad social.

Para saber si la automatización de sus procesos es redituable para una empresa, debe calcular el precio de la maquinaria -el cual oscila entre los 15 y 30 mil dólares-, más el costo del mantenimiento, entre la vida útil en horas. Después se suman el costo del personal entre las horas que trabajan. Si el número de la máquina es menor, es momento de automatizar.

Desde luego, existen ciertos oficios que se resistirán a este cambio de paradigma debido a su naturaleza creativa, como los periodistas, poetas y escritores, así como los académicos y cineastas, cuyas ideas y emociones, de una u otra forma pasan a formar parte de la esencia de su trabajo.

Piensa en su futuro...

*Gabriela Campos*

Agente de Seguros

Cel. (999) 949.29.99

**AURORA  
OLIVERA**

INGENIERÍA  
INDUSTRIAL

 4432.44.50.55

*Daniel Arandia*  
- AGENTE DE SEGUROS -

(999) 949.29.99

**POR UN FUTURO SEGURO PARA TU FAMILIA**

# ***EMPRENDER EN MÉXICO***

## **EL MOTOR PARA EL CAMBIO SOCIAL**

Por: C.E.



**¿Cómo y por qué emprender en México?** Es una pregunta que seguramente varios de nosotros nos hemos hecho luego de sentir algún tipo de inquietud por obtener la codiciada libertad financiera. México es un país que avanza a pasos agigantados en materia empresarial, y esto a causa del deseo de los jóvenes por cumplir sus metas a través de poner un negocio.

A últimas fechas, el emprendimiento en nuestro país ha sido la causa de cambios estructurales, sociales y económicos que han beneficiado a millones de personas. La cultura empresarial que ha permeado en el ambiente laboral se hace evidente en la mayoría de los grupos sociales; escuelas públicas y privadas han incluido materias en sus programas, directamente relacionadas con las empresas.

Universitarios a lo largo y ancho del país ya consideran la opción de convertirse en emprendedores incluso antes de titularse. Familias enteras ponen en marcha sus proyectos de negocio para tener una economía más sólida en sus hogares, y los gobiernos e instituciones públicas comienzan a considerar a los emprendedores como una fuente de innovación fresca y dinámica.

No cabe duda que todo esto es un ejemplo de la importante transformación de una sociedad que asume la responsabilidad de construir un país exitoso con acciones concretas y en conjunto. Los cambios no llegarán solos, sino somos nosotros quienes tenemos la obligación de propiciar un futuro exitoso mediante esas acciones.

Todas las ideas que se gestan al interior de las nuevas empresas, sea cual sea el rubro o nivel a la que pertenecen, son una fuente inagotable de riqueza económica, no importa cual pequeña sea la iniciativa. Desde los pequeños comerciantes hasta las grandes marcas multinacionales, todos juegan un papel importante en el desarrollo del país.

Al emprender un negocio, se generan empleos y la

economía se mantiene activa, transformándose en un sector cada vez más fuerte, cobrando día a día mayor relevancia en las cámaras empresariales, cuyo interés hace algunos años se centraba únicamente en las grandes compañías multinacionales.

No obstante, aún enfrentamos grandes retos en materia de desarrollo, que son comunes en prácticamente todos los países de la región. De acuerdo a la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el 41% de la población en América Latina es altamente vulnerable: existen más de 170 millones de personas bajo la línea de pobreza (casi 29% de la población de la región); 70 millones bajo la línea de indigencia (casi 12% de la población de la región); clases medias muy frágiles, con un limitado acceso a los servicios de salud, vivienda propia, educación de calidad, especialmente en los niveles superiores, entre otros grandes problemas.

Lo anterior revela la importancia que tiene el hecho de impulsar y propiciar inversiones que permitan el crecimiento económico tanto de clases sociales altas como bajas, para lograr esto es necesario llevar a cabo grandes acciones.

Las estrategias para reducir la brecha económica entre las clases se derivan de la activación económica, la generación de empleos dignos y la mejora de las condiciones laborales, así como el incremento de inversiones sociales en educación, salud, nutrición e infraestructura.

Para este profundo cambio social, un factor adicional es clave: el ritmo al que lo hagamos. Como en muchos otros aspectos, el tiempo con el que se implementen estas acciones es radicalmente relevante; hacerlo de forma tardía sólo incrementará las diferencias. Necesitamos de proyectos con capacidades exponenciales, que en el corto plazo sean capaces de accionar cambios profundos: es aquí donde los emprendedores de alto impacto pueden ser un gran detonador de progreso.



# TU NEGOCIO

## DESDE 0

Por: R.M.

Sabemos que uno de los principales problemas cuando se pretende iniciar un nuevo negocio, es el lugar en donde se gestará tu gran idea. Las rentas son cada vez más elevadas y empezar de cero y con el capital limitado puede ser considerado un deporte extremo. A pesar de esto, para quien busca alcanzar sus sueños, no importa donde se materialice el sueño, ya que la pasión y el trabajo pueden hacer un negocio millonario, incluso en el garaje de tu casa.

Es muy común que un niño quiera ser un empresario cuando sea grande, pero llegado el momento, muy pocos saben exactamente como empezar. Muchos grandes empresarios empezaron con una mínima inversión y utilizando los recursos que tenían a su alcance para lograr el éxito.

Sin embargo, ten en cuenta que tendrás que lidiar con situaciones como largas jornadas laborales, -incluso de más de ocho horas-, pagar salarios en lugar de recibirlos, y un largo etcétera. Pero el esfuerzo y la

dedicación todo lo pueden.

A continuación te dejamos una lista de consejos para que te animes a poner en marcha tus ideas y que puedas emprender ese negocio que te ayudará a cumplir tu sueño de convertirte en un exitoso emprendedor.

### - Enfócate en cubrir una necesidad:

Emprender significa hacer que las cosas sucedan. Un ejercicio muy útil para identificar los problemas a resolver, es echarle un vistazo a los propios, encuentra un problema en tu vida y búscale una solución. Trabaja duro todos los días y seguramente tu negocio será exitoso antes de que puedas notarlo.

### - Utiliza los recursos a tu alcance:

Pensar en grande y empezar de cero. Plántate preguntas como ¿cómo? ¿Con quién? ¿Dónde?, siempre habrá pretextos para posponer tus actividades, pero el

mejor momento para comenzar es ahora. Es preferible empezar con algo pequeño; eso te permitirá conocer las verdaderas necesidades de tu mercado meta.

**- La lectura, una gran aliada:**

Pocos lo saben, pero la literatura es una valiosa herramienta a la hora de comenzar un negocio. Existen listas de libros recomendados por empresarios líderes en su ramo que valdría la pena revisar.

**- Deja que tu fe sea más grande que el miedo:**

Cometer errores es normal. La grandeza de las



personas y los negocios radica en su capacidad para ser imperfectos todo el tiempo, el deseo de fallar en el camino al cumplimiento de una gran meta es el gran secreto del éxito. No tengas miedo a equivocarte. Las mejores enseñanzas vienen de los errores.

**- No te compares:**

Seguramente tus colegas empresarios y sus respectivas empresas te llevan muchísimos años de ventaja. Lo ideal es que midas tus resultados contigo mismo, basándote en tus avances y los objetivos ya cumplidos.

**- Traza planes:**

En apariencia, una meta fijada a largo plazo puede ser más difícil de alcanzar que una a mediano o corto plazo. Si te fijas metas diarias, por más pequeñas que éstas sean, podrás notar los resultados de manera casi inmediata, lo que aumentará tu ánimo y motivación.

**- Conoce las tendencias publicitarias y adáptate a ellas:**

La publicidad de boca en boca es la mejor publicidad. Las recomendaciones generan nuevos clientes a pasos agigantados, mira quienes son los líderes de opinión en la rama en la que se desenvuelve tu empresa y búscalos.





**Innovación**

**Compromiso**

**Orientación**

**Resultados**

999.99.43.868.

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

[contacto@nuvobic.com.mx](mailto:contacto@nuvobic.com.mx)

[www.nuvobic.com.mx](http://www.nuvobic.com.mx)



**FLARE SCIENCE**

[contacto.flare@gmail.com](mailto:contacto.flare@gmail.com)

[www.flarescience.com.mx](http://www.flarescience.com.mx)