

PYME

ENERO-FEBRERO 2018
Vol. 13 AÑO 3

CAPITAL

*¿CÓMO IDENTIFICAR
OPORTUNIDADES
DE NEGOCIO?*

*PÁGINAS WEB
5 RAZONES PARA TENERLAS*

CONSEJOS PARA

**MUJERES
EMPREENDEDORAS**



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

Aumenta tus ventas con un equipo motivado

05

Consejos para anunciarse en prensa escrita

06

5 tips para emprender con recursos limitados

09

Millennial Latinoamericanos

10

140 millones de empleos en riesgo

11

Aumenta tus ventas, sé inteligente al posicionar tu negocio

12

El Marketing: Pieza Clave

14

Páginas web: 5 razones para tenerlas

17

Consejos para que tu negocio familiar tenga éxito

18

8 mitos sobre la automatización del marketing

21

¿Cómo identificar oportunidades de negocios?

22

Consejos para mujeres emprendedoras

25

7 útiles consejos para la toma de decisiones

28

Consejos para incursionar en el social selling

30

5 negocios para emprender con poco dinero

32

La importancia de tener una agenda

34

¿Cómo afrontar el año electoral?

36

Lecciones empresariales para aprender de Elon Musk

37

Relaciones públicas a bajo costo

39

¿Porqué se necesita la psicología organizacional en mi empresa?

40

Registro de marca, difícil pero necesario

41

Crea un plan de negocios

Revista Pyme Capital © año 2018, número 13, 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

AUMENTA TUS VENTAS

CON UN EQUIPO MOTIVADO

Por: C.S.

El equipo de ventas es una de las partes más importante de una empresa, ya que son quienes dan la cara y en muchos casos, quienes cierran importantes tratos con los clientes, por lo que mantenerlos motivados, es una cuestión de suma importancia, ya que esto podría generar una mayor cantidad de ventas, y por ende; de utilidades.

Una de las funciones del gerente de ventas, es buscar constantemente nuevas e innovadoras formas para mantener a su equipo enfocado, y así dar el 100 por ciento de su capacidad en el día a día. Generalmente los vendedores trabajan bajo mucha presión, por lo que no está de más llevar a cabo acciones que les faciliten su trabajo y les ayuden a realizar sus actividades con mayor alegría y empeño en un agradable ambiente laboral.

A continuación te presentaremos algunos consejos para mantener motivado a tu equipo de ventas y mejorar el ambiente en el que se desenvuelven.

Reuniones semanales:

Es una manera muy efectiva de escuchar las opiniones del equipo y con esta acción, podrás ajustar sus intereses a las metas fijadas. En estos encuentros, puedes enterarte acerca de aquello que se les está dificultando y las estrategias que están funcionando. De igual forma, se pueden aprovechar para felicitarlos por su buen desempeño y agradecerles el esfuerzo realizado en pro de la compañía.

Invertir constantemente en capacitación:

La capacitación que los vendedores reciben al ingresar a la compañía nunca es suficiente, es necesario

capacitarlos constantemente en diferentes temáticas como créditos, redes sociales, ventas en persona, etcétera. Los expertos recomiendan que el equipo de ventas reciba capacitación por lo menos una vez al mes.

Proponer incentivos atractivos:

Cada cierto tiempo, es deseable ofrecer premios a los mejores vendedores. Estos premios pueden ser días libres, viajes a la playa, tarjetas de regalo, cenas o bonos temporales. Esto tendrá como consecuencia que tu equipo realice un mayor esfuerzo y trate de sobrellevar de mejor manera las dificultades que acarrea el trabajo.

Reconocer los logros del equipo:

Felicitar a los vendedores destacados frente a sus compañeros en el grupo de ventas, jefes y otros empleados, puede ser un aliciente muy apreciado. Otras estrategias es tener un cuadro en el que se reconozca el trabajo del vendedor del mes, o incluso enviarles un email personalmente felicitando por sus esfuerzos. Con esto, les harás ver que aprecias el trabajo que desempeñan y eventualmente los motivará a traer mejores resultados a la empresa.

Invertir en estimular a los vendedores garantizará ganancias económicas, ventas, productividad y empleados felices. La motivación da resultados, pero recuerda que debe ser constante y hay que estar desarrollando estrategias diferentes para mantenerlos motivados.





CONSEJOS PARA ANUNCIARSE EN PRENSA ESCRITA

Por: K.O.

Muy a pesar de lo que pudiera pensarse, la prensa escrita y los medios tradicionales en general continúan vigentes, por lo que siempre pueden ser una buena opción para que los emprendedores anuncien sus productos o servicios. Debido a lo anterior, es importante que los anuncios impresos luzcan bien y hacerse con profesionalidad. Usar textos eficaces y gráficos llamativos suelen ser estrategias para facilitar el desarrollo de negocios.

A continuación, presentamos algunas sugerencias que pueden ser de utilidad al momento de contratar publicidad para un medio impreso, y que esta cumpla su cometido.

El encabezado es la parte principal de cualquier anuncio impreso, y lo primero en lo que se fija el lector, por lo que éste debe inspirar a la acción. Debe ser persuasivo de tal modo, que convenza al lector de seguir leyendo. El prestigiado mercadólogo Jay Levinson afirma que el 90% del tiempo para crear un anuncio, debe destinarse en el encabezado.

Siguiendo con el tema del encabezado, ésta parte del texto debe transmitir una idea o por lo menos despertar la curiosidad del lector, incitándolo siempre a continuar con la lectura. Si se plantea el encabezado como una pregunta, por ejemplo, “¿Se siente usted mal pagado?”, es importante asegurarse que la respuesta siempre sea afirmativa. También es aconsejable el uso de anuncios a colores, pues su velocidad de respuesta es considerablemente mayor en comparación con la publicidad en blanco y negro.

Asimismo, la extensión del texto debe estar en acorde al producto que ofrece o al mensaje que se quiera dar. Un texto largo en un anuncio da la apariencia de ser informativo, por lo que puede ser útil para productos técnicos. Un texto más

breve, deja el espacio libre para gráficos y su lectura es más ágil, estos son recomendables cuando se realizan para hacerle publicidad a una imagen.

Acorta el mensaje, no esperes que un lector invierta mucho tiempo en el anuncio, motivo por el cual hay que mantenerlo simple. Destaca únicamente los beneficios, no hay necesidad de andarse por las ramas, lo importante es ir al grano.

El lenguaje complicado o especializado es el enemigo de la publicidad de este tipo. Para evitar caer en el hábito del vocabulario especializado, piensa en esto: si estás poniendo un anuncio en un periódico con una circulación de 100,000 ejemplares, y tan sólo el 5% de los lectores no entiende nada de su anuncio, has conseguido alejar a 5,000 clientes potenciales.

La manera en la que se le habla al cliente, también es importante, por lo que es un factor a tener muy en cuenta. Use “usted” en lugar de “nuestros”, piense en el ámbito de la vida del cliente que pretende cubrir. Los expertos recomiendan pensar que se le habla a los clientes potenciales, “uno por uno”, es decir, el anuncio debe inspirar al lector en términos personales.

Las buenas imágenes comunican algo con eficacia. Deben reforzar el punto central de tu mensaje. Algunos expertos recomiendan a los anunciantes seguir la regla de los tercios: un tercio del anuncio debe ser un elemento gráfico, un tercio debe ser texto y un tercio debe ser espacio en blanco.

También es importante tomar en cuenta que si se le ponen demasiados elementos al anuncio, éste se verá sobre cargado y complicará que el lector se focalice en él. Menos es más. De cualquier forma, hagas lo que hagas no permitas que tu anuncio se asemeje en lo más mínimo a los de la competencia.



5 TIPS PARA EMPRENDER

CON RECURSOS LIMITADOS

Por: G.C.

“Ponte a hacer algo de tu vida”, “necesitas capital para iniciar un negocio”, “deja de perder el tiempo y busca un empleo”, esas y otras frases son muy comunes de escuchar al momento de externar nuestro deseo por comenzar una nueva aventura empresarial, sin embargo, es posible hacerlo con los recursos que cuentas, por más limitados que estos sean.

A continuación, te compartimos cinco recomendaciones que te serán de suma utilidad para alcanzar tus metas.

1. Conoce bien cuáles son tus habilidades:

Antes de emprender un negocio, es necesario que te conozcas primero a ti mismo. Echarle un vistazo a tus cualidades e identificarlas primero que nada; y entonces emprender en un ámbito en donde esas habilidades te ayuden a crecer de manera exitosa.

Hacer una lista de tus fortalezas, así como de tus debilidades, puede ayudarte a identificarlas de manera más clara, y como consecuencia, tomar la mejor decisión respecto al negocio que estás próximo a emprender.

2. Enlista los giros empresariales que llaman tu atención:

Las ideas siempre están viajando en el aire, solo es cuestión de saber en dónde buscarlas y trabajar sobre ellas. Camina por tu ciudad, observa detenidamente los negocios durante el trayecto a cualquier lugar, detecta cómo podrías mejorar ese lugar en acorde a tus cualidades como nuevo empresario.

Una vez realizado este ejercicio, de nuevo haz una lista de esas ideas, escoge alguna de ellas y comienza a pulirla y a pensar las múltiples formas de hacerla realidad.

3. Considera la distribución independiente:

Si entre tus cualidades previamente

identificadas, te encuentras con que eres bueno para exponer tus ideas, abordar problemáticas desde diferentes posturas y te consideras persistente a la hora de alcanzar tus metas, convertirte en distribuidor independiente podría ser una excelente opción para ti.

Para lograr esto, es recomendable que te integres a un equipo de gente que tenga experiencia en dicho ámbito, ya que los conocimientos de tus compañeros, te permitirán fijarte objetivos claros, conocer gente de todo el mundo y desarrollar todo ese potencial que no has aprovechado aún.

4. Promueve un buen producto:

Si ya te decidiste por la distribución independiente, es de suma utilidad que elijas promover un producto que sea de calidad y traiga bastantes beneficios para quienes decidan confiar en tu marca. Lo importante es que tú también tengas fe en ese producto, así podrás transmitir esa confianza en tu círculo cercano de familiares y amigos y con el tiempo irás construyendo una red de relaciones que beneficiarán tu economía, a la vez que compartes tu pasión con tus allegados.

5. Internet, una herramienta poderosa:

Internet es una fuente muy importante de información. Existen un sinnúmero de revistas de negocios en línea que te pueden ser de gran ayuda en el momento de recopilar información o si llegara a surgir alguna duda relacionada a tu ejercicio empresarial. Dicha información te dará los parámetros para tomar decisiones más acertadas y aumentará exponencialmente tus posibilidades de éxito.

Es pertinente recordar que no existe negocio que no implique mucho esfuerzo y dedicación. El paso más importante para lograr cumplir tus metas es emprender. Mucha gente le teme al fracaso, pero con esfuerzo y dedicación podrás conquistar tus metas.

¡TUS IDEAS SON GENIALES!



**MARIA
SANDOVAL EROSA**

SERVICIOS PUBLICITARIOS
& ESTUDIOS DE MERCADO

☎ 1.61.71.79 ✉ milneguerrero@hotmail.com

📍 Calle 24A #93D x 21 Col. Itzimná Mérida, Yuc. C.P.97100

MILLENIALS LATINOAMERICANOS

FUTUROS EMPRENDEDORES

Por: M.V.R.

Según un estudio realizado por la compañía crediticia MasterCard, el 71 por ciento de los millenials latinoamericanos tienen el deseo de emprender su propio negocio, y así, alcanzar su libertad financiera, mientras que el 77 por ciento del mismo grupo, opina que es necesario construir su propio camino hacia el éxito.

Durante la sexta edición del Foro de Innovación MasterCard para América Latina y el Caribe, la compañía indicó que la investigación realizada tuvo como objetivo el comprender mejor e identificar cuáles son las fuerzas motivadoras de la generación de los millenials en países latinoamericanos, incluyendo México.

Los ejecutivos de la firma crediticia revelaron por medio de un comunicado que un 64 por ciento de los millenials de países como Brasil y Colombia, están apropiándose de nuevos comportamientos financieros y constantemente buscan ir en contra de los modelos de negocio tradicionales.

“El peso que dan los millennials a la tecnología y su creencia de que es la principal herramienta para resolver los problemas, la convierte en el principal puente que tienen las instituciones financieras para llegar a esta generación”, explicó la vicepresidente senior de Marketing y Comunicaciones de la firma para la región, Ana Ferrell.

En ese contexto, la investigación mencionada logró demostrar que el 85 por ciento de los mexicanos que pertenecen al grupo en cuestión, están de acuerdo que las posibilidades

educativas que el país les brinda no serían las mismas sin el acceso a la tecnología, y el 52 por ciento siente que estos avances les otorga la posibilidad de poner solución a varias de las problemáticas que les atañen.

De igual forma, el estudio reveló que una de las prioridades principales de esta generación es alcanzar la independencia financiera, esto a causa de que el 67 por ciento de los millenials ha experimentado algún tipo de inestabilidad económica, así como sus respectivos derivados.

También arrojó que el 44 por ciento de estos jóvenes sienten que su generación está considerablemente más involucrada en los cambios que se llevan a cabo en sus comunidades, por lo que buscan llevar a cabo iniciativas que tengan un significado importante en sus vidas y genere cambios positivos en quienes les rodean.

“Esta generación trascendental siempre está buscando nuevas innovaciones tecnológicas, de hecho, uno de cada tres millennials latinoamericanos se considera pionero en adoptar nuevas tecnologías”, agregó Ferrell.

El estudio llegó a la conclusión de que a medida que los millenials continúen llevando a cabo acciones que les permitan alcanzar la codiciada independencia, las empresas de finanzas tienen al mismo tiempo, la oportunidad de aliarse con estos futuros emprendedores como aliados que les facilitarán el duro camino hacia el éxito.



140 MILLONES DE EMPLEOS

EN RIESGO, CONSECUENCIA DE LA

CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL

Por: Z.M.



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.

Inglaterra, 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.

AUMENTA TUS VENTAS

SÉ INTELIGENTE AL POSICIONAR

TU NEGOCIO

Por: R.C.

“El amor entra por los ojos”, reza un viejo dicho popular, y a la hora de cautivar a un cliente potencial para venderle un producto, no es la excepción. Una buena presentación, un exhibidor llamativo con un diseño que llame la atención puede incrementar las ventas de un producto hasta en un 70 por ciento, según los expertos en la materia.

En acorde a los lineamientos de mercado, el punto de venta es el canal principal a través del cual o producto o servicio se da a conocer. Según un estudio de mercado realizado recientemente por in-Store Media México, siete de cada diez clientes potenciales deciden en ese lugar si les conviene adquirir el producto o no.

“El 31% de los clientes sabe qué producto adquirir, pero no busca una marca específica, sino que espera a estar frente al anaquel para llevarse el artículo que más le atrae. El resto se guía completamente por lo que ve en el aparador”, asegura Jacobo Villa, director general de la agencia.

Con base en lo anterior, es muy importante que el producto sea exhibido de manera adecuada, con un precio razonable, las instrucciones claras y accesibles y lo que es vital: que los promocionales de tu marca estén visibles tanto afuera de la tienda como en los anaqueles.

“Lo más difícil es llevar al cliente al punto de venta. Cuando se logra, no hay que permitir que huyan con la competencia porque no se cuenta con un exhibidor vigente, con instrucciones claras y que transmita los valores de la marca”, dice Manuel Trevilla, fundador y CEO de la start-up que ofrece información de consumo a las compañías StoreLevel.

Cuando posicionamos un producto en un aparador de manera adecuada, los expertos aseguran que las ventas incrementarán por lo menos en un 15 por ciento, aunque existen productos, cuya estrategia de marketing logra elevar sus ventas hasta en un 70 por ciento, según lo que se pretenda vender, por ejemplo, los productos maduros o aquellos con gran demanda en el mercado (canasta básica) venden más



que los de estacionalidad (bebidas alcohólicas en fiestas patrias).

En los dos casos antes mencionados, los expertos aconsejan tratar de no aburrir al consumidor, ofrecerle distintos formatos del mismo producto y seducirlos con diseño y creatividad. “Cuando tienes un producto de corta duración, como el cepillo de dientes, la opción es cambiar la publicidad constantemente para que el usuario no se acostumbre a un solo tipo de promoción”, recomienda Trevilla.

En ese sentido, los mercadólogos ofrecen tres consejos para que tu punto de venta sea el más atractivo para tu clientela.

1. Busca un soporte adecuado para el producto que quieres comercializar. Apuesta por una mezcla de medios visuales en gran formato y colócalos en tres lugares estratégicos: en el estacionamiento, en la entrada de la tienda y junto al artículo.
2. Utiliza un diseño que se adecue al mensaje que deseas transmitir con tu producto, usando letra legible e imágenes llamativas en acorde al espacio que tienes disponible.
3. Escoge adecuadamente las tiendas en donde venderás el producto y en función del momento en el que vayas a publicitarlo, teniendo en cuenta épocas festivas.

“El tipo de promoción de los productos depende del presupuesto disponible”, lamenta Villa. En muchas ocasiones, las empresas tienen que restringir su publicidad, lo que limita sus oportunidades de comercialización.

EL MARKETING:

PIEZA CLAVE

Por: C.E.P.

marketing
strategy



Cada departamento que integra una empresa cumple una función vital al interior de la misma, desde la selección del personal, hasta los encargados de comercializar tu producto o servicio, sin embargo, algunos expertos consideran que el área más importante para un negocio es la de marketing, pues es en donde se gestan las ideas y los grandes cambios que te ayudarán a hacer más llevadero tu camino hacia el éxito.

“El departamento de marketing es el centro de gravedad de una organización, ahí se encargan de convertir una simple idea en una solución eficiente para los consumidores. Es el lugar donde se ocupa 20% del tiempo para crear 80% de las estrategias que van a volver rentable al negocio”, asegura Jonatan Loidi, CEO de la consultora Set Consulting, durante su intervención en EXMA México 2017, evento en donde se dan a conocer las nuevas tendencias en cuanto a mercadotecnia y publicidad.

Para que el área de mercadotecnia funcione de manera eficaz, cada integrante debe poseer ciertas cualidades; como ser proactivos, decididos, creativos y tener deseos constantes de generar un cambio positivo al interior de la empresa. Loidi mencionó que estas personas deben tener muy bien afinada su capacidad de reacción inmediata, pues necesitan detectar los problemas y necesidades del mercado meta, y así ofrecerle soluciones inmediatas.

“Ellos no se pueden relajar, ni dejar de innovar porque se los come la competencia. En el mundo de los negocios los errores cuestan mucho y la capacidad de reacción es fundamental para mantenerse en el mercado”, agregó.

Al tratarse de un departamento medular en la empresa, la cosas no pueden hacerse a la carrera, pues esto a la larga causaría el fracaso de la misma, justo como sucedió con Kodak, Nokia y Blockbuster, que no supieron aprovechar los nuevos paradigmas tecnológicos. Loidi ofrece a los futuros empresarios tres recomendaciones para generar valor al

consumidor y asegurar el éxito de tu marca.

1. Diseña tu propia estrategia:

Los expertos de la mercadotecnia mencionan mucho la planeación y maquetación de un proyecto, pero la realidad es que casi ninguno le presta la debida atención a la estrategia. El secreto consiste en dedicarle más tiempo al negocio, crear y desarrollar productos eficientes e innovadores, hasta que se conviertan en una necesidad para quien los consume.

Para lograrlo hay que conocer bien al público, tanto que puedas describir quién es, qué necesita, qué le gusta y cuánto está dispuesto a invertir en tu marca. Hay que buscar los segmentos de oportunidad, es decir, aquellos que tienen una cantidad suficiente de usuarios como para que sea rentable la apuesta, pero que no esté atendido por la competencia.

2. Genera propuestas que valgan la pena:

Uno de los factores que le darán identidad a tu marca es la forma en la que tratas a tus clientes. Procura siempre ofrecerles experiencias inolvidables de compra, que sean difíciles de imitar para tu competencia y que propicien que tu cliente tenga la necesidad imperante de repetir las.

“No se trata de solucionar un simple problema, eso cualquier marca lo hace, sino de conquistar ese segmento de población que hasta ese momento nadie consideraba rentable”, expuso el empresario.

3. No dejes de sorprender a tu clientela:

Hay que crear “momentos wow”, es decir, aquellos que hacen sentir al consumidor una persona querida, atendida y única. Para lograrlo, primero hay que conocerlo, relacionarse con él y, de ahí, pensar en la forma de sorprenderlo. “Tu cliente no te quiere por lo que haces, sino por la forma en que lo haces”, concluyó el experto.



PÁGINAS WEB:

5 RAZONES PARA TENERLAS

Por: D.V.

En estos tiempos de internet y revoluciones digitales, es crucial para las empresas contar con una plataforma digital que se adecúe a sus necesidades y permita a sus clientes conocer los servicios que éstas brindan, así como abrir la posibilidad de interactuar con los creadores del producto que se ofrecen. Esto es posible gracias

a una buena página web.

Dicho lo anterior, a continuación te presentamos cinco importantes razones por las cuales los expertos recomiendan ampliamente que las empresas cuenten con un sitio dinámico y eficaz para interactuar

con clientes y dar a conocer sus productos.

1. Es tu carta de presentación en la red:

La mayoría de nosotros hemos sentido en muchas ocasiones la frustración de estar buscando determinada empresa en internet y simplemente no dar con ella. Esto se puede deber a que la compañía no cuenta con un dominio en internet.

Una página es tu representante de ventas que está al servicio de tus consumidores potenciales las 24 horas del día, los 365 días del año, y lo mejor de todo es que no cobra sueldo, salvo el mantenimiento requerido.

2. Un diseño innovador en tu página brindará credibilidad a tu producto:

La imagen del sitio web de tu empresa debe ser fresca y dinámica para que te haga ver profesional, es importante preocuparse por contratar al personal adecuado para que la programe y diseñe. Esto a la larga desarrollará en tus clientes y sentimiento de confianza y satisfacción.

3. Te ahorrará tiempo y dinero:

Hoy en día existen muchas herramientas para diseñar tu página web gratis. Sin embargo, cuando se trata del tiempo que hay que invertir en cada una de las plataformas para lograr un resultado que sea, al menos decente, casi nunca nos damos cuenta que le invertimos 30, 40, 50 o más horas a trabajar en poner la información y la foto como queremos, y dejamos de atender nuestro negocio para atender el sitio web.

Al considerar el costo de oportunidad (lo

que dejamos de ganar por atender otras actividades) muchas veces el costo real de haber hecho esa página "gratis" es muchas veces más que el haber contratado a un equipo de profesionales en el tema. Además, esas páginas gratis normalmente muestran publicidad en nuestro sitio (de algún lado tienen que ganar) y eso repercute en la imagen de nuestro negocio (si te lo brincaste, léete el punto 2 de este artículo). Así que zapatero a tus zapatos, enfócate en atender tu negocio, y confía en un equipo profesional de programadores para desarrollar tu sitio web.

4. Hará tu empresa competitiva:

En un mercado tan competitivo como el actual, es difícil no compararnos con nuestros competidores, y hasta cierto punto tratar de identificar sus puntos fuertes y emularlos en nuestra empresa. No importa que tan innovador sea nuestro producto, la competencia siempre estará a la orden del día.

Una página web puede ser el factor que te distinga de los demás, analiza las páginas de tus competidores e identifica los puntos a mejorar, utiliza esta información a la hora de crear la tuya, para hacerla más digerible para el internauta

5. La información que arroje tu sitio puede ser importante para tu negocio:

Gracias a la conectividad que existe vía Facebook y tu sitio web, podrás conocer mucha información acerca de la gente interesada en tu producto, como las veces que visitan la página, sus páginas visitadas, intereses, etcétera. Todo este cúmulo de información será muy valioso a la hora de tomar decisiones relativas al marketing.



FLARE SCIENCE

contacto.flare@gmail.com

www.flarescience.com.mx

CONSEJOS PARA QUE TU

NEGOCIO FAMILIAR TENGA ÉXITO

Por: R.S.M.

Los mexicanos se caracterizan por forjar vínculos familiares muy fuertes a lo largo de su vida. La vida familiar trasciende en casi todos los ámbitos de la vida de un mexicano, y los negocios es uno de ellos, ya que generan el sustento diario.

Existen muchas familias empresarias, que hacen partícipe del negocio a cada uno de sus miembros. Para que esto sea posible, dichas familias deben ser “ambidiestras”, es decir, deben tener la capacidad de conservar sus relaciones intactas, así como sus valores familiares, al mismo tiempo que generan ingresos.

Familias empresarias de América Latina es el segundo estudio realizado por Cristina Cruz, directora de la Escuela de Negocios del Instituto de Empresas de Madrid, y durante la presentación de resultados, reveló que México es uno de los países donde más empresas ambidiestras hay (48.5%), seguido de Ecuador (45%), Chile (41.4%), Perú (35.3%) y Colombia (28%).

La investigación se basó en un estudio aplicado a 232 empresas familiares, de las cuales 50 contaban con más de 60 empleados. A partir de eso, la investigadora sintetizó lo que ella le llama “la fórmula para el éxito”.

- Explotar y explorar:

“Una empresa petrolera, por ejemplo, tiene que ser muy eficiente explotando su yacimiento, pero al mismo tiempo explorando nuevas áreas, porque si se le acaba el petróleo, también se acabará el negocio”, reflexionó Cruz. El ejemplo puede aplicarse a cualquier industria. Y es que en el mundo “disruptivo y amenazado por la tecnología”, dice la experta, es necesario innovar constantemente.

Para lograr esto, es importante que interactúen dos generaciones distintas en el negocio, pues combinarán sus experiencias y se retroalimentarán con el fin de reinventar el modelo de negocio de la empresa.

- No al control:

“El empresario mexicano lo que quiere es controlar a la compañía. Al hacerlo, no deja que el legado crezca”, advirtió Cruz. La académica plantea que mezclar las emociones con el negocio no traerá buenos resultados.

- Educar para ser accionista, no dueño:

Las empresas que gozan de cierto éxito no son las que obligan a los sucesores a tomar el timón, sino transmiten valores, pasión por el trabajo y le dan un sentido al emprendimiento. “Hay que prepararlos para que sean accionistas responsables y no dueños de negocio”, recomienda.

- Institucionalización:

Cuando en una familia existe sentido del emprendimiento, sin embargo, carece de sentido de pertenencia y reglas que guíen sus cualidades, puede estar en riesgo de fracasar, ya que nadie sentirá interés por preservar el legado empresarial.

Debido a esto es necesario recurrir a un consejo y un protocolo familiar, así como fundar una oficina para que se gestionen las reglas patrimoniales y decidir el destino del dinero generado por la empresa.





8 MITOS SOBRE LA AUTOMATIZACIÓN DEL **MARKETING**

Por: L.B.

La automatización del marketing ya es una realidad. A últimas fechas esta práctica se ha vuelto un ejercicio cotidiano para muchas empresas, las cuales han sabido utilizar el internet y los medios digitales como una valiosa herramienta que les permite reducir los costos en sus departamentos de mercadotecnia, así como reforzar los nexos que tienen con sus clientes.

Sin embargo, aún hay casos de empresas que han sabido adaptarse a este nuevo modelo de negocio, y continúan utilizando la tecnología exclusivamente para vender, a pesar de que ésta puede ser un factor que refuerce los vínculos afectivos con su base de clientes.

Algunos expertos opinan que el uso adecuado de estas herramientas digitales, a la larga permitirá que se genere un diálogo directo entre la marca y sus clientes, por lo que recomiendan recurrir a plataformas automatizadas que generen contenido personalizado para sus consumidores, y se las hagan llegar a través de redes sociales, correo electrónico, o cualquier otro medio que utilicen, y con esto, asegurar su asiduidad a la marca.

Según el Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos, realizado por IAB México y Kantar, el 83 por ciento de los internautas reveló que ponen atención a los anuncios de internet, porque le parecieron atractivos. Los mensajes relevantes, oportunos y personalizados generan involucramiento e incrementan la intención de compra o incluso cierran una venta.

Para lograr que los mensajes sean recibidos por sus destinatarios correspondientes, los expertos recomiendan automatizar procesos, es decir, utilizar los medios digitales para incrementar la credibilidad en la marca, reducir costos de mercadotecnia y elevar la productividad y eficacia del trabajo en equipo.

A continuación te presentamos ocho de los mitos más comunes que giran en torno a la automatización del marketing.

1. Va a sustituir el papel del vendedor:

A pesar de que las transacciones se realizan



por medio del internet, esto no significa que vaya a sustituir la intervención de un vendedor, pues una máquina no podrá suplir la relación de confianza que se establece entre el vendedor y el cliente potencial, crucial para cerrar exitosamente la venta.

2. Es una moda fugaz:

Para nada, se trata de una solución innovadora para muchísimas empresas y ha pasado a convertirse en un elemento esencial para garantizar la rentabilidad de la empresa.

3. Es una transacción lineal:

Puede que sea un procedimiento establecido, sin embargo, cada persona lo utiliza según sus intereses. La meta es que el cliente comprenda las indicaciones proporcionadas para que tenga una experiencia diferente de compra.

4. Solo funciona para enviar e mails:

Dichas herramientas digitales pueden utilizarse para enviar correos, pero no es la única función que llevan a cabo, también pueden utilizarse para crear contenido personalizado en distintas plataformas.

5. Mientras más correos mandes, obtendrás mejores resultados:

No es una cuestión de cantidad, sino de calidad. Los expertos recomiendan personalizar la relación entre vendedor y cliente para no ser catalogado como spam.

6. Genera ganancias “mágicamente”:

El papel de la automatización es la provisión de una infraestructura que permita que las marcas desarrollen relaciones con sus clientes, lo cual es una tarea muy laboriosa y requiere actualizaciones constantes.

7. Solo las grandes empresas la utilizan:

Al igual que las grandes compañías, las pequeñas tienen la necesidad de contar con una productividad bastante significativa para alcanzar sus objetivos. La automatización es una herramienta que ayudará a aprovechar mejor sus características positivas.

8. Es muy costoso:

La automatización es proporcional a la demanda. Permite elevar la inversión a medida que se aprovechen mejor los recursos de la compañía.

**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



¿CÓMO IDENTIFICAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS?

Por: A.R.

Las oportunidades de negocio pueden estar a la vuelta de la esquina, se pueden manifestar en forma de ideas u ocurrencias que nos lleven a emprender un camino que a la larga puede resultar muy fructífero para nuestros bolsillos.

Las oportunidades de negocio son sencillas de encontrar, aunque suele suceder que muchas veces nos encasillamos en la rutina y llegamos a un punto en donde no vemos los frutos de nuestro trabajo. A continuación, te daremos unos sencillos tips para aprender a identificar las oportunidades de negocio que se puedan presentar, y aprovecharlas.

Identifica a tus compradores potenciales, y sus necesidades:

No saber que quieren nuestros clientes es un error muy recurrente en cualquier empresa, en ocasiones pensamos que nuestra visión y forma de hacer las cosas son las correctas, y solemos olvidarnos de lo más importante: el cliente.

Es importante recordar que los clientes son la voz de una empresa, si identificamos correctamente lo que quieren, nos encontraremos con un panorama mucho más amplio respecto a los servicios o productos que podemos comercializar, lo cual inevitablemente deriva en una oportunidad de negocio.

Conocer los problemas que afectan directamente a la empresa:

Una pequeña discusión o malentendido, así como la falta de comunicación pueden ocasionar que el cliente se moleste. Esto solo puede significar una cosa: una mala recomendación.

Cuando nos concentramos en resolver este tipo de problemáticas de una manera adecuada, el cliente puede emitir una recomendación positiva, o por lo menos neutral respecto a nuestro negocio, la venta por recomendación es una oportunidad de negocio que a menudo muchos emprendedores dejan pasar.

Para evitar esto, es crucial estar pendiente de nuestros empleados y el trato que brindan a los clientes potenciales, se recomienda pedir una retroalimentación del servicio, así como sugerencias de mejora. Si observamos más allá, nos ayudará a identificar los problemas y resolverlos.

Mantente informado respecto a las tendencias de tu mercado:

Es muy común que los dueños de los negocios tengan tantas cosas en la cabeza, que muchas veces no están al tanto de lo que está de moda. Todo lo que esté en boga, puede ser aprovechado como una oportunidad de negocio.

Asiste a eventos relacionados con tu giro comercial:

Cuando hay exposiciones, ferias y cursos que tengan que ver con tu negocio, se pueden generar nuevas oportunidades de una manera muy sencilla, pues asiste gente con intereses y objetivos similares a los tuyos.

Ya sea que vayas como consumidor o expositor, puedes tener grandes beneficios si sabes relacionarte con otros dueños de negocio.

CONSEJOS PARA MUJERES EMPRENDEDORAS

Por: L.P.



Cada vez son más las mujeres que deciden empezar un negocio y que pasan a formar parte del ámbito empresarial del país, sin embargo, el panorama para ellas no es nada fácil, es un gran reto ser una mujer emprendedora en México, para ejemplificarlo, un dato: las mujeres pasan cuatro horas más que los hombres atendiendo las cuestiones del hogar y la familia. Esta situación, inevitablemente las orilla a emprender, -las más de las veces- desde el comercio informal o con esquemas de márgenes muy limitados.

Sin embargo, según un informe publicado por el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), México es uno de los cuatro países -de los 74 analizados- en donde la participación de la mujer en el ecosistema emprendedor es alta. Y es que la relación de participación Hombre-Mujer es de 1.1 a 1; mientras que en otros países latinoamericanos como Chile y Uruguay éste es de 0.7 a 1 y 0.5 a 1, respectivamente.

Es fácil notar que en este tiempo, las mujeres son quienes toman las riendas de sus negocios gracias a su decisión y capacidad

para analizar las situaciones, pero ¿cómo empoderarlas? Pilar Marroquín, líder de proyectos en Be School, -empresa de capacitación para emprendedores- comparte cinco claves para fortalecer y desarrollar habilidades en los negocios.

1. Brindarles capacitación continua:

Es bien sabido que las oportunidades son proporcionales a la preparación y experiencia que se tenga en el ramo empresarial. En nuestro país, únicamente el 16 por ciento de las empresas son controladas por mujeres, esto se debe al limitado acceso a recursos, información y tecnología que permea.

Es recomendable aprovechar cada una de las oportunidades de capacitación que se presenten, ya que la actualización en materia empresarial es crucial al momento de emprender. Liderazgo, visión, manejo de proyectos, mercadotecnia y finanzas son requisitos indispensables para conducir un negocio exitoso.



2. Redes de apoyo:

El apoyo entre las mujeres es muy productivo a la hora de hablar de negocios. Según una investigación realizada por una cámara empresarial estadounidense, el 77 por ciento de las empresas exitosas de mujeres tienen vínculos con otras empresas de sus congéneres.

Emprender en un mercado claramente dominado por el sexo masculino, puede resultar abrumador en muchas ocasiones, sin embargo, contar con el apoyo de otras mujeres es la mejor forma de vencer ese miedo.

3. Mentalidad ganadora:

Oprah Winfrey siempre ha dicho que el secreto de su éxito es su mentalidad de servicio. Diversas encuestas han demostrado que, para los clientes, la empatía que una compañía o empresa muestre con respecto a sus necesidades o intereses es la cualidad más valorada.

Debido a esto, el emprendimiento social ha ganado terreno a últimas fechas en el ámbito empresarial, posicionándose como una de las tendencias de negocio más populares de nuestra década. La clave está en que las marcas se preocupen por sus clientes.

4. Adaptación:

Como en cualquier ámbito de la vida, la capacidad de adaptación nos garantizará nuestra permanencia en un mercado cada vez más competitivo. La tecnología y las necesidades de los consumidores son factores a tener en cuenta.

5. Busca otras formas de vender:

Como mencionamos, las mujeres emprendedoras enfrentan grandes retos, a diferencia de sus contrapartes masculinas. Una buena estrategia es aprovechar las nuevas tecnologías para ampliar los contactos digitales y ofrecer tu producto o servicio a través del internet.



Piensa en su futuro...

Gabriela Campos

Agente de Seguros

Cel. (999) 949.29.99

7 ÚTILES CONSEJOS

PARA LA TOMA DE DECISIONES

Por: N.B.R.



Según un estudio llevado a cabo conjuntamente por la Imperial College Business School y la Universidad de Innsbruck, publicado en la revista Management Science, Los empleados tienden a ser más productivos después de trabajar en equipo. Esta investigación apunta que hay una larga lista de decisiones que se toman dentro de la empresa en equipo, decisiones cotidianas, que el tiempo demuestra que se toman de forma más eficiente cuando se hacen de forma individual.

A continuación te daremos algunos consejos para facilitar esta toma de decisiones y que te permitirán analizar si es mejor tomarlas en conjunto o de manera individual.

1. Sufrir interrupciones provoca el doble de errores:

Un estudio publicado en el Journal of Experimental Psychology asegura que sufrir una interrupción aunque sólo sea de 2,8 segundos provoca el doble de errores en el trabajo que se está realizando. Una interrupción de 4,4 segundos provoca, según apunta esta misma investigación, el triple de errores.

2. La eficacia aumenta cuando se remuneran los resultados a largo plazo:

Si lo que tu empresa busca es innovación y creatividad, los empleados que son más eficaces en este sentido son aquellos que son remunerados por sus resultados a largo plazo y aquellos a los se les perdonan los errores cotidianos, no aquellos que están vinculados a comisiones y a bonus

por resultados a corto plazo. Es una conclusión a la que ha llegado un grupo de investigadores de la Anderson School of Management, de la Universidad de California, en Los Angeles, y la Haas School of Business, de la Universidad de California, en Berkeley, que han publicado en la revista Management Science.

3. Detrás de la ambición de poder se esconde la ambición de autonomía:

La universidad alemana de Colonia, la universidad holandesa de Groningen y la Columbia University de Nueva York, han analizado durante los últimos años qué se esconde detrás de la ambición de poder en el puesto de trabajo. Nueve estudios han confirmado que detrás del deseo de autonomía, de no ser controlado por otros, se esconde el deseo de poder y han demostrado que detrás del deseo de control sobre los demás –de influir sobre el resto de empleados–, no se esconde el deseo de poder. Se esconderá otro tipo de deseo...

4. Dejar el celular encima de la mesa reduce la productividad

Dos recientes investigaciones del Departamento de Psicología de la University of Southern Maine coinciden a la hora de señalar que la mera presencia de un teléfono móvil encima de la mesa, aunque no se esté utilizando, “provoca una disminución de la atención y un déficit en el desempeño de actividades que requieran procesos cognitivos complejos”.

5. Revisar el correo sólo tres veces al día reduce el estrés

¿Cómo afecta revisar el correo a lo largo de la jornada laboral a nuestro estado de salud? Según una investigación publicada en Computers in Human Behaviour que ha analizado los efectos a lo largo de dos semanas sobre un grupo de 194 personas, ha arrojado un dato contundente: las personas que revisaron el correo únicamente en tres ocasiones a lo largo de la jornada laboral sufrieron menos niveles de estrés que aquellos que pudieron consultar su bandeja de entrada de forma ilimitada.

6. La multitarea reduce nuestra productividad un 40%

Según un estudio publicado en el Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance, los pequeños bloqueos mentales que se producen en nuestro cerebro cuando pasamos de una tarea a otra pueden costarnos hasta



un 40% de nuestra productividad (medida en tiempo útil dedicado a una tarea). “Aunque estemos hablando de décimas de segundo por cada cambio de una tarea a otra, y que el coste, en términos de tiempo perdido, es pequeño medido de forma individual, suma un volumen considerable cuando se repite una y otra vez”, apuntan los autores.

7. Los jefes tienden a ver como más productivos a los empleados más madrugadores

Según un estudio publicado en el Journal of Applied Psychology, los trabajadores más madrugadores son percibidos por sus superiores como más productivos, frente a empleados que se quedan hasta tarde terminando el trabajo. Los autores de esta investigación aseguran que esta percepción tiene que ver con prejuicios arraigados en el mundo de la empresa que hacen que se hagan evaluaciones positivas de los empleados que llegan más pronto. “Independientemente de la productividad real y de las horas totales y de un análisis objetivo del trabajo realizado, se asocia llegar pronto con trabajadores más meticulosos”, aseguran los autores del estudio.

**¡PROTEGE LO QUE
MÁS QUIERES!**



MANUEL BARRERA

AGENTE DE SEGUROS

C. 9992.43.42.67



CONSEJOS PARA INCURSIONAR *EN EL SOCIAL SELLING*

Por: A.H.

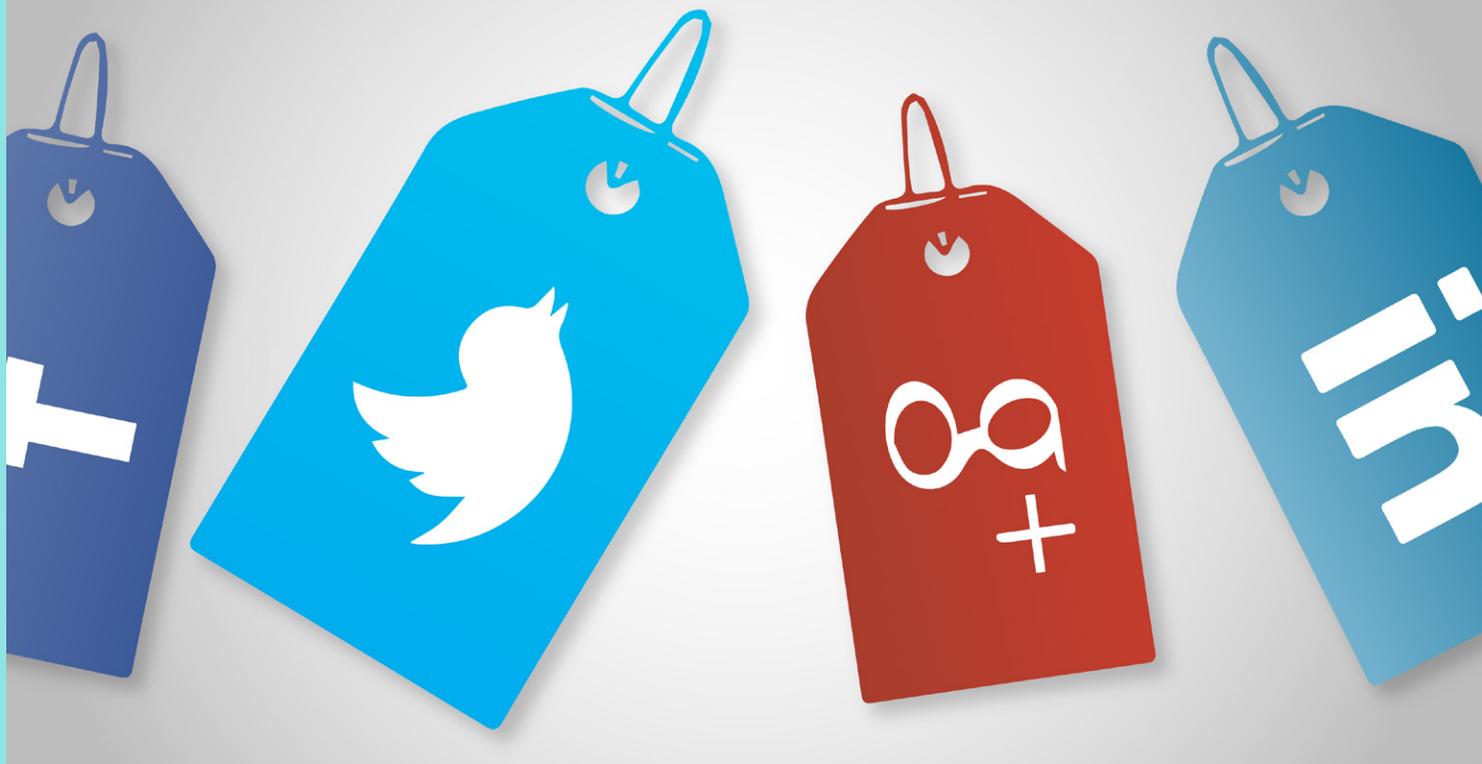
El uso de redes sociales es cada vez más frecuente entre los usuarios de internet, cuya cifra se ha incrementado de manera exponencial en los últimos años, dando lugar a nuevas formas de comunicarse, entretenerse, y por supuesto, hacer negocios. El Social Selling es un concepto relativamente nuevo, y se trata de una técnica que consiste en utilizar las redes sociales para contactar e interactuar con los clientes potenciales.

“No se tratar de un sistema de venta online, sino de una forma directa de llegar a la gente que usa las plataformas digitales para buscar información, comparar productos y hasta recomendarlos”, explicó Andrés Silva Arancibia, director y fundador de 13Redes, firma que ayuda a las empresas a

posicionarse en el mercado digital.

Según cifras arrojadas por el estudio de Consumo de Medios y Dispositivos, tan solo en México, el 61 por ciento de los internautas afirmó ser seguidor de una marca por medio de las redes sociales, siendo Facebook la más popular. De igual forma, siete de cada 10 compara precios mediante la red y lee las opiniones de usuarios que han adquirido el producto.

Este nuevo mercado es conocido entre los mercadólogos como “conexumidores”, y su principal característica es que están conectados, son ambiciosos y exigen que la marca de su interés responda sus dudas a la brevedad posible.



“Si algo ha cambiado en el marketing es el usuario, las nuevas generaciones nacieron en un mundo multiproducto, están acostumbrados a que las marcas los consientan. Aman la personalización, comparan precios, son impacientes y, si algo les genera molestia, no dudan en exponer su punto de vista”, describió Silva.

Debido a lo anterior, el experto en mercadeo en redes sociales ofreció algunas recomendaciones para conquistar a los “conexumidores” e incrementar las ventas.

- Identifica tus objetivos:

La incertidumbre es perjudicial, según el experto, por lo que aconseja centrarse en una meta única que sea medible y alcanzable.

- Conoce las redes sociales y elije la más adecuada:

Familiarizarte con el uso de las redes será un gran aliado a la hora de anunciar tu producto. Normalmente, las marcas deciden qué plataforma utilizarán luego de analizar a sus competidores, pero lo más recomendable es estudiar a los clientes potenciales para incursionar en las redes en donde ellos estén presentes, y con esto asegurar un posicionamiento adecuado.

- Fortalece las conexiones de tu marca:

Esto es posible cuando la velocidad de respuesta de la compañía es rápida, la inmediatez es un factor crucial en las redes sociales al momento de que el cliente solicite una respuesta o algún tipo de orientación. Lo mismo con las quejas.

- Crea contenido original y oportuno:

Al momento de publicar algo, procura que se trate de información relevante. La forma de publicitar un producto debe ser creativa e innovadora, así atraerás la atención de los usuarios y los convencerás de que necesitan tu producto.

- Mantente al pendiente de tus clientes:

Es común que las marcas se centren en las quejas que las personas emiten a través de sus redes sociales, sin embargo, frecuentemente se olvidan de quienes hablan bien de la marca y la posicionan en su grupo de seguidores.

- No olvides la reputación:

La gestión de recomendaciones es muy importante, ya que el 70 por ciento de las ventas se logra gracias a las sugerencias de otros usuarios, quienes se fotografían usando el producto o generan cualquier tipo de contenido relacionado al mismo, y lo comparten con sus amigos y seguidores en redes sociales.

5 NEGOCIOS PARA EMPRENDER

CON POCO DINERO

Por: F.V.

Una de las principales razones por la cual se decide emprender, es porque eventualmente llegan a hartarse de la vida "godín". Trabajar de 9 a 5 en una oficina dejó de ser atractivo para los jóvenes mexicanos, debido a esto han optado por poner sus propios negocios, lo que requiere de altos niveles de creatividad y sobre todo muchas ganas de tener éxito.

En muchos casos, la falta de recursos puede ser el primer obstáculo con el que se encuentran los jóvenes al iniciar su aventura empresarial, sin embargo, es importante hacerles saber que no se necesita una fortuna para comenzar a generar ingresos, a continuación, te damos algunas ideas para que el dinero no sea un impedimento para que alcances tus objetivos.

- Chatbots:

Esta nueva tecnología es usada por empresas de todo rubro alrededor del mundo. Estos bots pasan a formar parte de los equipos de marketing y permiten a las empresas reducir sus costos y aumentar sus ingresos. Programar uno de estos es más fácil de lo que muchos podrían pensar.

Existen plataformas que te brindan las herramientas para crear un chatbot perfectamente funcional para una empresa utilizando tecnología de inteligencia artificial y procesamiento de lenguaje natural y lo mejor es que no es necesario ningún conocimiento previo de programación.

Chattypeople es la recomendación, pues te posibilita la apertura de una cuenta gratuita y a partir de ahí puedes crear tu propia agencia de chatbots y ofrecer tus servicios a toda clase de empresas de cualquier tamaño.

1. Vende ropa en línea:



Únicamente necesitas una cámara, una computadora y un extraordinario sentido de la moda. Deberás empezar por reunir toda la ropa que ya no utilices y sacarle algunas fotografías, para después publicarlas en sitios como eBay o Mercado Libre. Este negocio te da un gran margen de ganancia y a la larga podrás ofrecer otro tipo de productos. Recuerda que la basura de uno es el tesoro de otro.

2. Consultor de Instagram:

Desde que fue lanzada en el 2010, Instagram se ha posicionado como una de las redes sociales más populares entre los usuarios de telefonía móvil, a la par de Facebook y Twitter. Esto se debe a que son muchas las empresas que han optado por tener una presencia más visual en las redes sociales, lo que deriva en una importante inversión de tiempo y recursos para generar audiencias en su aplicación.

Sin embargo, la creación de una comunidad de seguidores en Instagram no es tan fácil como parece. Por eso, muchas empresas contratan consultores que les ayuden a hablar el lenguaje de los lectores. Con eso en mente, si te gusta Instagram, tienes un teléfono inteligente y tienes conocimientos de marketing básico, fácilmente podría convertirte en un consultor de Instagram sin hacer una enorme inversión monetaria.



3. Servicios de redacción y edición:

No es necesario que cuentes con un título universitario para ejercer como redactor, en realidad, no se necesita nada además de una computadora y una excelente ortografía. Puedes generar contenido para empresas pequeñas y pedirles testimonios a tus clientes para atraer a las más grandes.

4. Bloggin o vloggin:

Si conoces mucho sobre un tema, o tienes la facilidad de llevar a cabo algo que pudieras enseñar a los demás, esto es para ti. Escribir un blog es una gran manera de compartir información con la gente. Aunque creas que es raro generar dinero dando información gratuita a la gente, la verdad es que las oportunidades son infinitas. Una vez que tengas un grupo de seguidores, podrás vender espacios publicitarios o inscribirte a programas como Google AdSense.

5. Fotógrafo:

La fotografía es algo que muchas personas consideran como una afición, pero en realidad, puede convertirse en una carrera bastante lucrativa. Si ya tienes una cámara y tus amigos a menudo te piden que les tomes fotos, es probable que tengas lo que se necesita para convertir tu pasión en carrera.

Para empezar, crea un sitio web y carga una galería con tus mejores fotografías junto con un formato de información de contacto. Si deseas dar un paso más allá, invierte tiempo y dinero en redes sociales (puedes empezar en Facebook con solo \$100 al mes)

Emprender puede ser un gran reto y traer muchas dificultades, pero al momento de recibir las satisfacciones, verás que ha valido la pena. Un poco de perseverancia, motivación y sentido común puede hacer la diferencia.



LA IMPORTANCIA

DE TENER UNA AGENDA Y MANEJARLA

CON RESPONSABILIDAD

Por: A.G.

La agenda es un elemento muy importante para organizarte a diario. Muchas veces requieres crear alguna junta o reunión, con tu equipo de trabajo, un inversor o algún cliente, por lo que necesitas establecer una hora y un lugar para hacerlo. Hay ocasiones en que todo se junta y debes tener un orden para evitar que se sobrepongan.

Una agenda de trabajo permite tener en cuenta las actividades a realizar y las que faltan para avanzar en los objetivos empresariales y personales. Con ella se pueden tachar los pendientes que se tienen e incluir fechas y horarios para avanzar en los que faltan.

La misma agenda podrá servir para conocer qué actividades tendrá tu equipo de trabajo y las metas a cumplir en los plazos establecidos por tus colaboradores.

El magnate Warren Buffet reconoce que “debes tener control sobre tu tiempo y no puedes hacerlo a menos que digas ‘no’. No puedes dejar a las personas establecer tu agenda”. Se refiere a que es mejor que tú decidas por ti mismo tu agenda a que otras personas lo hagan, porque si eso ocurre podrás perder el control de tu ritmo de trabajo y provocar un desfase de tus actividades.

Debes considerar que en la agenda hay que calcular los tiempos en los que tardarás en una reunión para evitar atrasarte y ser impuntual, un defecto que destaca cuando se trata de negocios.

Una recomendación al momento de construir tu agenda es tener tiempos libres: por una parte, para dedicar a tu familia, amigos y a ti, en los que puedas convivir con ellos y despabilarte del trabajo, pensar en otras cosas para reflexionar, hacer deporte y leer.

Pero también debes mantener espacios libres dentro de la agenda en caso de que aparezca algún asunto urgente para tratar que deba ser resuelto lo más pronto posible.

Aunque está la clásica agenda física de libreta, que también permite dibujar y anotar ideas que surjan a diario, con los smartphones hay alternativas como Google Calendar que permiten organizar tu tiempo en tu celular y consultarlo cada vez que lo necesites.

Nos preocupamos para que tu no lo hagas



Katia Diaz
Agente de Seguros

C. 3 #284 x 24, Esq. C.P. 97203, La Castellana



**JOSÉ
MANUEL
PONCE**

AGENTE
DE SEGUROS

C. 3 #284 x 24, Esq. C.P. 97203, La Castellana



Daniel Arandia
- AGENTE DE SEGUROS -

(999) 949.29.99

POR UN FUTURO SEGURO PARA TU FAMILIA



¿CÓMO AFRENTAR

EL AÑO ELECTORAL?

Por: J.C.

2018 es un año electoral para México. Cada vez que existe una elección la incertidumbre del cambio afronta los mercados nacionales y la decisión del nuevo presidente lleva a que los inversores, tanto locales como extranjeros, sean cautos en cuánto al dinero que planean utilizar en el país, por lo que existe una ligera desaceleración económica provocada por la precaución que toman.

La agencia Moody's Investors Service apunta que la campaña electoral en México es capaz de postergar la implementación de reformas importantes en el país, como la apertura energética a la inversión privada y también desacelerar la inversión pública en infraestructura y otros proyectos.

Estas proyecciones de Moody's afectarán los programas preparados por diversos sectores, sobre todo el industrial, con respecto al crecimiento económico y la implementación de energías alternativas -solar y eólica- así como gas natural en sus servicios.

Entre los consejos para este año electoral son:

1. Prepara tus ahorros. Durante los años de vacas gordas deberás tener ahorrado dinero para que, en caso de una desaceleración económica, tengas cómo invertir en tu negocio y evitar que los cambios te afecten.

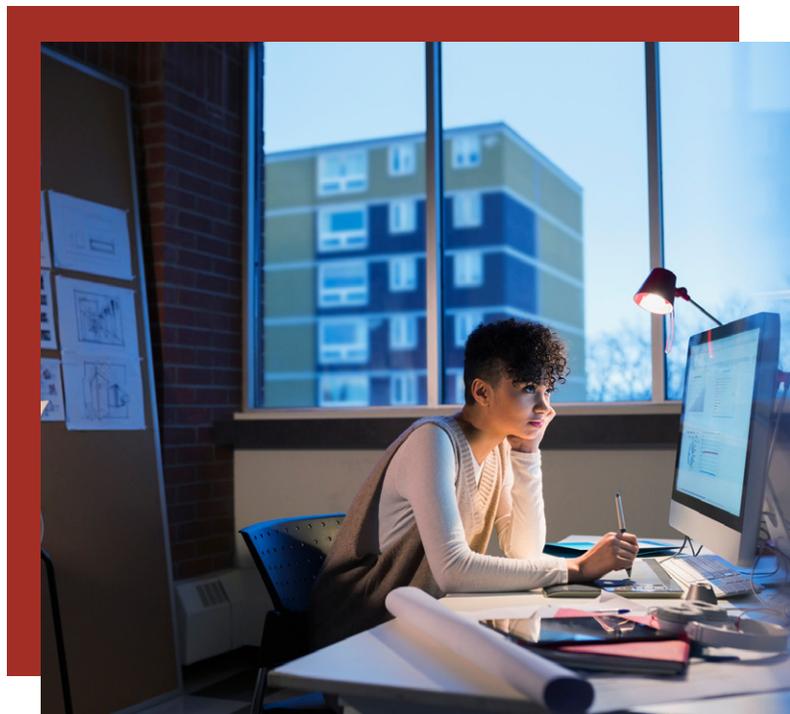
2. Mantén un perfil apolítico. Muchos candidatos se acercarán a pedirte que apoyes su campaña. Eres libre de decidir a quién apoyar, pero si eliges a uno y sale perdedor, tú también perderás tu inversión e, incluso, podrías generarte un enemigo en el ganador. En la política, el único que gana es el político, ya que como empresario existe siempre el riesgo de tener la pérdida de dinero, mientras que el candidato podrá encontrar algún lugar en una secretaria, dirección o delegación aun cuando sea derrotado.

3. No dependas de programas gubernamentales. Como emprendedor, muchas veces inicias con apoyos gubernamentales que incentivan el negocio. Pero cuando es

año electoral deberás tener en cuenta que muchos son recortados y perderás una fuente de ingreso. Por esa razón, haz que tus ingresos sean mayores a los apoyos.

4. No te confíes en que todo seguirá igual. Después de la elección, cuando toman protesta, los candidatos seleccionados deciden crear un nuevo proyecto municipal, estatal o federal, incluso si son emanados del mismo partido que su predecesor. Muchos buscan desmarcarse del anterior, por lo que generan nuevos proyectos y planes de trabajo, por lo que los programas al emprendedor y a los empresarios serán modificados.

5. Prepárate para lo peor. Si el candidato de oposición, el indeseado, vence, entonces el gobierno en el poder será capaz de dejar el país, el estado o el municipio en malas condiciones para que sea difícil que se recupere el candidato electo. Esto va desde la corrupción y el desvío de fondos, hasta cuestiones de inseguridad y



devaluaciones, como ocurrió en pasados cambios de gobierno. Así que ten un plan de contingencia para el peor de los casos.

Si trabajas como proveedor político, ten en cuenta las siguientes ideas.

1. Prepárate para la exigencia. Si eres una empresa proveedora de servicios políticos, los meses de campaña consumirán la mayoría de tu tiempo. Tendrás que tener mucha paciencia con tu cliente, porque tal vez te toque tratar con gente inexperta o que no comprende los tiempos y recursos que están a tu alcance.

2. Tu relación no va a durar. Después de las elecciones, gane o pierda, es posible que tu cliente te deseche. Ten en cuenta que eso te sucederá a ti y a tu competencia. Aprovecha los meses para trabajar con profesionalismo, pero ahorra lo que generes económicamente durante los mismos.

Como empresario debes considerar que las elecciones son un momento en el que la dinámica económica del país cambia y la gente tiene más precauciones al momento de gastar su dinero. Tómalo en cuenta para evitar que una posible crisis te afecte.





LECCIONES EMPRESARIALES

PARA APRENDER DE

ELON MUSK

Por: R.I.P.A.

Elon Musk es uno de los empresarios más intrépidos del mundo. No solo crea negocios, sino transforma la realidad a través de sus ideas. Es fundador de PayPal, el servicio de pago que revolucionó el Internet a principios del milenio, de los automóviles eléctricos Tesla Motors y de la empresa aeroespacial SpaceX, entre otros proyectos desarrollados durante sus 46 años de vida.

Musk destaca por ser uno de los personajes más transformadores del mundo actual. De él hay varias virtudes que pueden ser aprendidas por los empresarios y emprendedores, aun cuando

no construyan cohetes hacia Marte, automóviles ecológicos o ciudades solares.

Creatividad. El sudafricano usa la creatividad y la imaginación como principal capital de inversión en sí mismo. Parte de ideas extrañas y las encausa hacia sus proyectos más importantes. Desde niño imaginó un mundo fuera de la Tierra, la sostenibilidad ecológica y el aprovechamiento del Internet.

Con frescura, Elon Musk es capaz de renovar sus equipos con personas talentosas y jóvenes, que sean capaces de aportar a su equipo de trabajo y coordinarse para desarrollar los proyectos en unidad y concordancia.

Él se destaca a sí mismo por ser un "raro" de su industria, una personalidad que se separa del resto de los ingenieros que son dueños de compañías y multimillonarios. Lejos de imitar, como ocurre en muchos negocios, propone e innova para sí y para sus clientes.

Otro aspecto importante de Elon Musk es que prioriza la relación con los clientes. Hay decenas de casos en los que sus vehículos Tesla han fallado o presentado algún error. Cuando recibe la información del hecho, la empresa Tesla Motors se encarga de corregir el defecto y, a veces, hasta indemnizar por los daños causados.

Con mucha relación al punto anterior, Musk es capaz de aceptar las críticas y, en lugar de despreciarlas, las recoge, las analiza y, con una profunda capacidad de reflexión las toma en cuenta para tratar de evitar que se repita de nuevo.

Por último, es ambiciosos. Sus proyectos son grandes y espectaculares. Y, aunque no tengas una nave espacial, siempre hay que tener en cuenta los objetivos a largo plazo. Elon Musk los considera y sabe que el camino a seguir es paso a paso, antes de alcanzar la meta. La mejor metáfora para esa idea es la de SpaceX.

El gran proyecto de vida de Elon Musk es alcanzar Marte y comenzar la colonización del planeta rojo. Para ello, tiene que desarrollar un sistema de cohetes capaz de llegar a ese mundo. Lo que ha hecho es construirlos de poco en poco, con pruebas a nivel terrestre para que, en un futuro, sea alcanzable Marte. ¿Tú tienes algún Marte en mente?



RELACIONES PÚBLICAS A BAJO COSTO

Por: D.M.

La importancia de las relaciones públicas en tu empresa o negocio radica en que, a través de redes de contactos, amigos y aliados, tu marca, su voz y personalidad, se dé a conocer más allá de tu entorno. Muchas veces esto puede parecer costoso porque se requiere de un equipo especializado en el tema para que comunique tu producto o servicio.

Pero existen opciones para atender el tema de las relaciones públicas, como por ejemplo la creación de un evento social para dar a conocer tu imagen. Hay que tomar en cuenta que el público es distinto y el evento debe organizarse según lo que ofrezcas. Si se trata de una marca cervecera o un restaurante, puedes hacer una fiesta; pero si es algo como una tienda de mascotas, puedes generar una caminata de perros en un parque un domingo por la mañana.

Un estudio o análisis del entorno en el que se mueve la empresa que tengas puede permitir que a los medios les interese dar a conocer la información que obtengas.

Son pocas las empresas que les publican notas en la prensa sin pagar una cuota de publicidad, pero si encuentras una característica que llame la atención de cierto sector del público, las posibilidades de que alguno de los medios locales acudan

para una entrevista o presentación del proyecto.

Acercarse a las cámaras empresariales ayuda porque en ella se encuentran las empresas más importantes del sector, ya sea comercial, de servicios, turismo o industria. Muchas organizan desayunos o cenas en las que los dueños y gerentes de los negocios se reúnen para conocerse. También tienen la sección de empresarios jóvenes, para aquellos que apenas inician su trayectoria profesional en este mundo, por lo que sirven para conectar a los novatos con los experimentados.

Antes de realizar alguna de esas acciones, genera un plan de trabajo de relaciones públicas empresarial en donde definas las metas y objetivos, identifiques al público al que quiere llegar, generes los mensajes claves a presentar, escribir un presupuesto, y definir una agenda.

Por último, recuerda que una buena estrategia de relaciones públicas te permite mantener a clientes fieles y, además, a nuevos que acudirán a ti por recomendación de aquellos que ya tienes. La mejor publicidad, como dice la frase, es la que va de boca en boca, por lo que la gente con la que establezcas relaciones fructíferas serán tu mejor herramienta para llegar a más público.

INTERSURANCE
S.C.P

¡Cuidamos lo que
más quieres!



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

RRNM

**DESARROLLO
DE SOFTWARE
A LA MEDIDA**

ONLINE INVESTING

File
- Edit
- Object
- Search

160 120
39
NIBP
133
78

9992.39.34.50

contacto.rrnm@gmail.com

www.gruporrm.com

¿PORQUÉ SE NECESITA LA PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL EN MI EMPRESA?

Por: R.M.

En muchas ocasiones, cuando un negocio crece lo suficiente, es tanto el personal presente que se generan conflictos internos que deben ser resueltos para evitar crisis que dañen a la empresa, con sus clientes pero también con sus trabajadores y se pierda la confianza de ambos.

Para reducir los daños y trabajar en las diferencias entre empleados y los directores de una empresa existe la psicología organizacional, también conocida como laboral, que surge a principios del siglo XX con el objetivo de mejorar la eficiencia del trabajo, la productividad y tener mejores rendimientos económicos. Se desarrolló sobre todo a mediados del siglo XX, pero ahora con las nuevas tecnologías hay nuevas tendencias.

Las principales funciones de la psicología organizacional es generar programas de entrenamiento, es decir inducción y capacitación, para nuevos empleados que les permita conocer la misión, visión y objetivos de la empresa, así como su filosofía; también los más experimentados son parte de esta fase, porque pueden, a través de las capacitaciones constantes, tener nuevos conocimientos.

La segunda es la evaluación del personal y la selección de aquellos que destaquen. Al momento de contratar a alguien, se conoce



quien es la persona y sus capacidades, mientras que cuando ya labora en la empresa puede preguntarse sobre sus objetivos en ese momento.

Una tercera función es la generación de un plan de control y dirección de la organización, en el que participen los departamentos existentes. Esto con la intención de tener una dirección establecida.

Entre las labores de un psicólogo organizacional están el lograr que el puesto de trabajo se desarrolle en su máxima capacidad posible, en correspondencia con las necesidades, planes y características del trabajador, así como con lo que pide la empresa. Es capaz de analizar cargas de trabajo y realizar valoraciones de los puestos y organigramas, verificar las condiciones laborales del trabajador y asesorar al área de recursos humanos.

A largo plazo, la psicología organizacional te permitirá definir nuevas metas y encauzar la visión global de los trabajadores de la empresa, permitiendo que las diferencias convivan entre sí y generando que las similitudes sean aprovechadas como uno.

REGISTRO DE MARCA,

DIFÍCIL PERO NECESARIO

Por: M.S.

Cuando se crea un negocio y una marca, es necesario que se registre para evitar ser víctima de alguna diferencia en cuanto con otra empresa, producto o servicio similar al tuyo, también permite que el cliente se identifique contigo y generar la fidelidad necesaria para mantenerlo.

Contar con el registro de marca facilita la identificación con la empresa, por lo que el valor de la marca resalta sobre otros, en especial de la competencia.

Al registrarla, el titular de la marca tiene ventajas sobre el nombre, logotipo, formas y colores que representen a la compañía. Entre ellas existe la exclusividad en cuanto al uso y la propiedad, por lo que se defiende como buen intangible; el permiso para autorizar el uso a terceros y, a través de contratos o licencias, recibir dinero por su uso;

Una marca registrada permite que se diferencie el negocio de la competencia. Un ejemplo es una empresa refresquera cuyo principal producto es rojo con una tipografía de letras específico, la competencia no podrá imitarlo. También permite que se sepa de dónde proviene el producto.

La calidad y las características de lo que se ofrece destaca por sobre otras marcas, porque el cliente ya la reconoce y genera fidelidad, algo que también apoya a la publicidad, porque es más fácil distinguirlo sobre los demás.

En México, lo que puede registrarse como marcas son:

1. Nombres propios de personas físicas.
2. Denominaciones y figuras visibles, completamente distintivas.
3. Envases.
4. Cajas para envolturas originales.
5. Nombres comerciales y denominaciones o razones sociales.



6. Siglas e iniciales.

Para ello debe recurrirse al Instituto Mexicano de la Propiedad (IMPI).

Al hacer esto, además de ser un activo intangible, también su protección se extiende a lo largo de México y permite usar el símbolo R. o MR., y generar Licencias de Uso de Marca para franquicias, así como el cobro de regalías por su utilización.

Sin embargo hay prohibiciones en el registro. No pueden registrarse nombres comunes, falsedades o cualidades del producto, denominaciones geográficas, letras, símbolos y colores aislados, o idénticas o semejantes a otras marcas ya registradas.

Aunque por lo burocrático puede ser difícil por lo tedioso el registro de marca, también es necesario para que tu producto o servicio destaque sobre la competencia. El IMPI permite conocer, a través de su página de Internet, los requisitos para registrar tu marca.

CREA UN

PLAN DE NEGOCIOS

Por: M.G.B.

Un plan de negocios es un documento que te permite establecer los objetivos, las estrategias, la estructura y la cantidad de fondos requerida para financiar algún proyecto dentro de tu empresa. Sirve para dos cosas: la primera es para que tú y tu equipo de trabajo sepan qué quieren conseguir y cómo hacerlo. La segunda permite enamorar a los inversionistas y darles la certeza -tanto económica como patrimonial- de que su dinero tendrá créditos.

A través de él se establece quien es el público meta, a qué proveedores se requiere contactar para lograr el desarrollo del producto y servicio, y quien es la competencia, entre otros.

Al crearlo, debes considerar describir la ideología de tu empresa, su visión, misión, filosofía y valores, así como las ventajas que tiene con respecto a la competencia. Asimismo, necesitas analizar el contexto en el que se encuentra, a través de un FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), las tendencias del mercado, el comportamiento del cliente y la competencia.

Requieres tener una lista de tu equipo e infraestructura para el desarrollo del proyecto. Eso va desde computadoras hasta maquinaria pesada, y también incluir la renta de vehículos o estructuras. Hay que considerar todo lo que usas para el desarrollo y la distribución de lo que ofreces.

Considerar la parte humana y los

elementos con los que cuentas para trabajar, así como la parte financiera y los recursos que serán destinados a hacerlo, todo desglosado según el costo que tengas.

Debes proyectar lo que planteas generar económicamente, pero debes ser conservador en tus metas, por el riesgo de volatilidad del mercado y que seas incapaz de alcanzar tus objetivos. Mejor tener una ganancia baja y superarla que proyectar grandes victorias y no lograrlas.

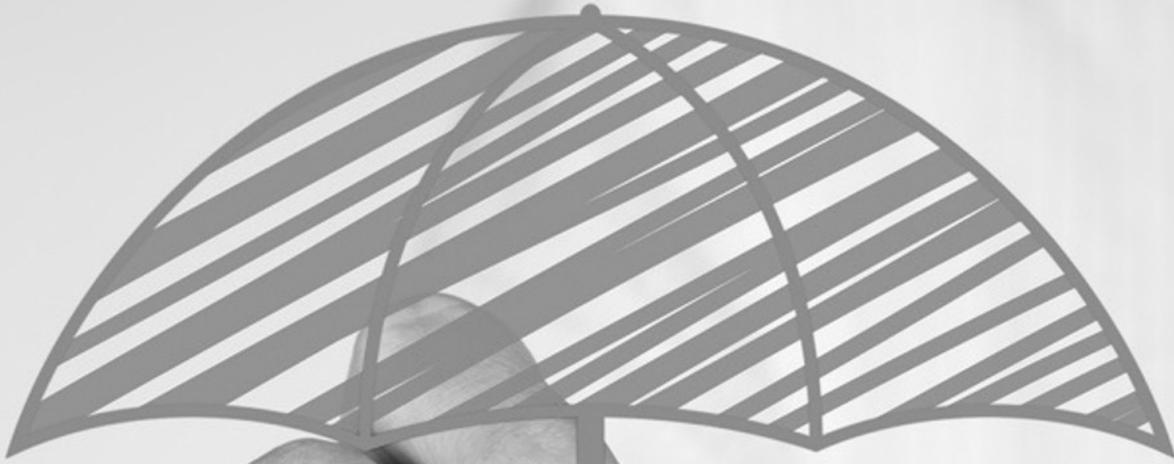
Tienes que presentar el costo del producto para el consumidor final, lo que invertirás en publicidad y mercadotecnia, los canales de distribución, el equipo de ventas, entre otros.

Son ocho los elementos que integran el plan de negocios, considéralos cuando desarrolles el proyecto:

1. Segmento de cliente
2. Propuesta de valor
3. Canales
4. Relación con el cliente
5. Flujos de ingreso
6. Recursos clave
7. Actividades clave
8. Estructura de costos

Un plan de negocios es necesario para desarrollar tu empresa y lo que ofrezcas. Recuerda que la gente interesada en invertir contigo y hacerte tu socio querrá saber los detalles de tu proyecto y cómo lograrás conseguir tus objetivos.

SEGUROS A.R.



PREGUNTA POR NUESTROS

SEGUROS COBERTURAS

9993.20.24.26



CONSULTORÍA EN PROYECTOS SOCIALES

196.19.68
Calle 55 # 560 x 74 y 74-A Col. Centro,
Mérida, Yucatán.
cdc.desarrollo@gmail.com