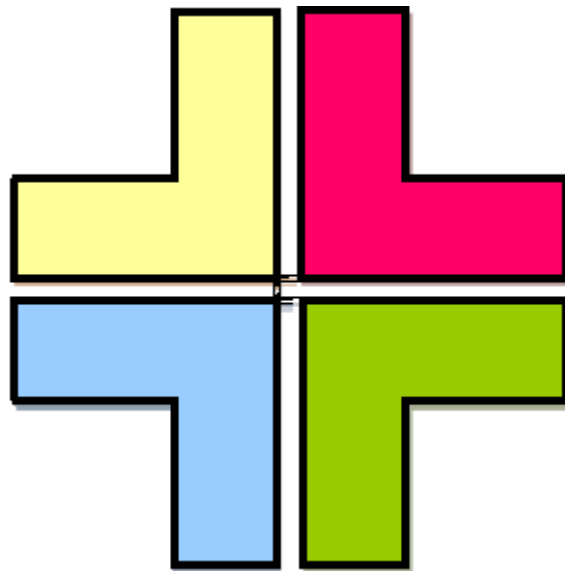


Fundador: Omar Apátiga Rivera

7 Afortunado

Cruz

Oracular



7 Afortunado

[Http://www.cruzoracular.com](http://www.cruzoracular.com)

Atrévete a



Emprender

1 La Idea de Negocio

No existen negocios rentables, sino emprendedores que convierten a su empresa en un negocio rentable. Esa es tu tarea como emprendedor.

¿Cómo logramos esto?: Generando ideas de negocios innovadoras que solucionen un problema.

El primer paso es generar ideas. Sigue estos pasos:

1. Investiga

Investiga un mercado insatisfecho.

Estudia los hábitos de las personas de un segmento específico.

Crea un cuestionario sobre un tema que te interese y entrevista a los clientes potenciales.

2. Crea

La investigación te debe dar como resultado una lista de ideas de negocio basadas en los hallazgos de tu investigación, es decir, en las necesidades del mercado estudiado.

Esa lista no es definitiva y puedes usar tu creatividad para crear una ventaja competitiva única que te diferencie de la competencia.

También podrías darle un nuevo enfoque a una idea ya existente. Sin embargo ten en cuenta que tu idea de negocio tiene que solucionar un problema como mínimo.

3. Selecciona

En esta fase selecciona la idea que tenga más potencial; para llevarla a cabo y convertirla en un negocio rentable.

Y ¿Cómo sabes que tu idea tiene potencial?

Hazte las siguientes preguntas para empezar:

¿Qué te gusta hacer en tu tiempo libre?

¿Qué habilidades has aprendido o desarrollado?

¿Cuánto tiempo y capital tienes para dedicarle a tu negocio?

¿Eres capaz de implementar la idea de negocio gracias a tus contactos?

Tomando en cuenta tus fortalezas y debilidades como persona y la oportunidad de negocio podrás decidir cuál es la mejor idea para ti en este momento, es decir, la que tiene más potencial de convertirse en una empresa rentable.

Tienes que hacer algo que te apasione, ser muy bueno en ello y que esto sea compatible con tu situación personal y económica.

2 El plan de empresa

Las claves para emprender son:

1. Conocer el **producto y/o servicio**.
2. Conocer el **mercado** en que se opera.
3. Creer en el proyecto y **auto motivarse**.
4. **Relacionarse** con clientes y otros profesionales.

Para organizar toda esta información se utiliza el plan de empresa. Esta herramienta ofrece la oportunidad de determinar una ruta para los objetivos de negocio del emprendedor, donde enmarcar la estrategia y visión del negocio.

El plan de empresa identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma, y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la oportunidad en un proyecto empresarial concreto.

Es una herramienta imprescindible tanto para una nueva empresa como para empresas ya establecidas.

El plan de empresa se divide en los siguientes apartados:

- Presentación del proyecto
- Presentación del equipo promotor
- Estrategia de Marketing

- Producción y calidad
- Área de Organización – Gestión
- Área Jurídica – Fiscal
- Área Económica – Financiera

Para que tenga utilidad un plan de empresa debe tener en cuenta los siguientes requisitos:

Calidad de la información – La información y redacción ofrecida debe ser clara, concisa, veraz y comprobable.

Actualidad – El documento deberá recoger información y datos actualizados, ya que un desfase, aún pequeño, sobre todo en proyectos de contenido tecnológico, lo hace poco útil.

Totalidad en la información – El plan de empresa abarcará todas las áreas de la actividad empresarial, con el fin de que el mismo sea completo.

Unidad de criterio en la redacción – La finalidad del plan es de tener la empresa en blanco y negro, y así definir conceptualmente la visión estratégica del proyecto. En práctica, se suele dirigir a más de un lector, por lo que es importante utilizar un lenguaje que sea inteligible por inversores, bancos, proveedores, técnicos, etc.

3 Conoce a tus clientes

Una vez que tengas una idea de negocio es esencial conocer tu mercado para sintonizar tu idea a la realidad.

Estudiar, analizar, comparar, observar, cuantificar para conocer a nuestros futuros clientes son tareas que se inician antes del lanzamiento de nuestros productos y/o servicios, y se repiten posteriormente de manera constante.

Un estudio de mercado es la herramienta que Nos ayudará a ver las cosas racionalmente, a Minimizar riesgos y verificar el potencial que Nosotros suponemos que tiene nuestro futuro negocio. Empecemos nuestro estudio de la siguiente manera:

Establece los objetivos del estudio:

¿Qué debes saber? Cuánto vas a vender, qué precio debes fijar, qué están haciendo tus competidores, cuál es el potencial de tu negocio entre otras cosas. Cada objetivo puede tener un promedio de 5 preguntas como máximo.

Inicia la investigación:

Hay que definir qué acciones llevar a cabo, generalmente se hacen preguntas, se observa y/o se experimenta.

Si necesitas hacer preguntas prepara un cuestionario.

Si necesitas observar visita a tus competidores u observa cómo se presentan.

Si necesitas experimentar presenta tu idea de

negocio a un grupo de clientes potenciales y pregúntales lo que necesites saber de acuerdo a los objetivos planteados.

Analiza los resultados:

En el caso encuestas, calcula el número de veces que han elegido una alternativa y represéntalo como un porcentaje. Los porcentajes más altos te indicaran las preferencias tus clientes potenciales.

En el caso de la observación,

apunta todos los datos claves y usa tablas comparativas para saber qué puntos debes mejorar o modificar.

En el caso de la experimentación,

Analiza cómo reacciona el grupo y saca tus conclusiones en base a los comentarios más interesantes.

Escucha a tus clientes potenciales:

Una vez que tengamos los resultados colócalos en una presentación Power Point. Luego visualiza los resultados. ¿Parece tan buen negocio como lo pensabas? ¿Puedes adaptar la idea para llegar a tus clientes potenciales más fácil o rápidamente?

Considera estos resultados como una oportunidad para afinar tu idea de negocio y hacerte la vida más fácil la hora de obtener clientes.

4 Elige un buen nombre

Crear un buen nombre es el primer paso que tenemos que dar para posicionarnos en el mercado que hemos elegido, ya que define tu imagen y personalidad de marca. Es decir, solo diciendo tu nombre tu cliente debería saber quién eres e intuir que vendes, eso sería óptimo.

Estas son algunas pautas a tener en cuenta a la hora de crear el nombre de tu empresa:

Que sea fácil de recordar, evitemos de usar palabras complejas, muy largas o impronunciables.

Dale preferencia a las primeras letras del alfabeto, será uno de los primeros en directorios.

No uses siglas, son aburridas o demasiado formales como para inspirar a tus clientes.

Cuidado con el idioma, si bien a veces poner nombres en inglés u otros idiomas podrían dar cierto estilo a la personalidad de marca, hay que verificar si nuestros clientes potenciales se sienten cómodos con ese toque internacional a la hora de pronunciarlo.

Evita los números, es probable que la gente no los recuerde.

Usa una sola palabra, si son 2 tiene que ser muy bueno.

Olvídate de las modas, ya que vas invertir en hacerte conocido es mejor que tu nombre te dure por mucho tiempo.

Escucha a tu sector, hay sectores que son

más permisivos que otros en cuanto a que tan informal o divertido puede ser un nombre. Restaurantes, guarderías, tiendas, productos alimenticios son bastante permisivos a comparación de estudios de abogados, arquitectos, servicios financieros.

Confirma que esté disponible online y off-line, verifica que tengas el dominio disponible y que otra empresa no tenga un nombre muy similar antes de anunciarlo.

Deja tus gustos personales a un lado, probablemente una palabra tenga un significado importante para ti pero no necesariamente tendrá el mismo efecto en los demás.

Que te haga resaltar, usemos nuestra creatividad para crear un nombre original y que nos diferencie.

Obviamente siempre hay excepciones, hay emprendedores que han hecho todo lo contrario a la hora de seleccionar un nombre y han llegado a tener éxito a pesar de este.

Mi recomendación es tener en cuenta estas pautas y someter el nombre a votación para captar las primeras impresiones, si la mayoría son negativas considera un cambio pero la decisión final es tuya.

5 Enfrenta la burocracia

Pregunta: ¿Cuál es la forma jurídica correcta para mi emprendimiento?

Respuesta: La forma jurídica no determina el fracaso o el éxito del negocio, sin embargo puede incrementar nuestros costos tributarios y administrativos si no elegimos la adecuada a nuestra actividad. Como regla básica: más papeleo = más gastos. La forma jurídica se escoge dependiendo de la estructura organizativa de la empresa y de las proyección de ventas de la empresa. ¿Es la actividad con o sin ánimo de lucro? ¿Necesitas una licencia para operar? ¿Cuánto piensas facturar al año? Ten en cuenta lo siguiente:

El número de socios, relación, responsabilidad y capital

En algunos países (por ejemplo en España o Argentina) existe el concepto de Sociedad Civil frente a la Sociedad Mercantil. Generalmente, si hay más de un socio es importante limitar la responsabilidad personal excluyendo el patrimonio propio.

El régimen tributario

Existe un régimen simplificado, uno especial, y uno general. Dependiendo de la actividad comercial y de la forma jurídica se puede escoger el simplificado que contempla un porcentaje fijo sobre las ventas. Por otro lado, el régimen general es más costoso y más flexible.

Temas laborales

La elección de la forma jurídica puede ser dictada por el hecho que se necesiten trabajadores para desarrollar la actividad empresarial.

Las subvenciones

En España existe la Sociedad Laboral, una forma jurídica constituida por socios trabajadores. La ventaja de esta fórmula son las subvenciones que el gobierno aporta para fomentarla. Dependiendo del país en que se emprenda pueden haber otras fórmulas de ayuda. Por esta razón es importante dirigirse a la Cámara de Comercio local o a instituciones especializadas para informarse adecuadamente.

6 Presenta a tu empresa

En primer lugar, necesitas comunicarte de manera efectiva, es decir, contarle a tu futuro cliente de manera muy simple porque tiene que comprar tus productos o contratar tus servicios. Y en segundo lugar, involucrar a la persona que te está escuchando en la presentación.

No podemos pretender que alguien nos escuche por media hora si ni siquiera sabemos que necesita de nosotros. Esto es mera publicidad y una presentación tiene que ser más que eso.

Una presentación tiene que ser un dialogo entre el emprendedor y quienes deciden la compra.

No excedas las 10 diapositivas ni los 20 minutos hablando. Si eres efectivo comunicando no necesitas más.

Usa un tono de voz sea coherente sin que caiga en la monotonía.

Involucra a tu interlocutor. Entérate de la problemática de tu cliente o que le hizo aceptar tu visita haciéndole algunas preguntas.

No incluyas fotos solo por rellenar el espacio. Estas tienen que ser relevantes. Otra opción es usar gráficos para explicar un concepto.

Si quieres usar un efecto para pasar de una diapositiva a otra usa el mismo en cada diapositiva y que la transición sea lenta.

No uses animaciones o sonidos a menos que sepas usarlos racionalmente y esté justificado el hecho de incluirlos.

Crea una presentación muy visual, con una imagen o una frase muy corta tienes que decirlo todo, esto ayuda a tu interlocutor a hacerse una idea visual de lo que ofreces y esto es muy eficaz a la hora de posicionarte.

Antes de presentar tu empresa asegúrate con tus interlocutores sean los correctos, sino tu mensaje por nítido que sea no dará resultado, ya que le estás hablando a la persona equivocada.

Disfruta de la presentación, mientras más enamorado estés de tu idea más fácil será que otros se enamoren también.

Un ejercicio útil para adquirir destreza en como presentar tu empresa es el siguiente:

Reúne a más de 6 personas si es posible y explícales tu idea de negocio o que vendes en 5 minutos. Luego pregúntales que entendieron de tu discurso. De esta manera podrás medir tu efectividad. Si nadie ha entendido perfecciona tu discurso y repite el ejercicio hasta que quede muy claro.

Son los primeros minutos en los que tu futuro cliente decidirá si seguirá escuchándote. Aprovéchalos!

7 Genera ingresos

¿Cómo puede un empresario conceptualizar su modelo de negocio sin que le absorba mucho tiempo?

Utilizando un marco de nueve bloques se adquirirá una ventaja competitiva frente a sus competidores, representando de forma simplificada la lógica del negocio.

1.Segmento de clientes: Agrupa los clientes con características homogéneas en segmentos definidos y describir sus necesidades, averiguar información geográfica y demográfica, gustos, etc.

2.Propuesta de Valor:

El objetivo es de definir el valor creado para cada Segmento de clientes describiendo los productos y servicios que se ofrecen a cada uno. Para cada propuesta de valor hay que añadir el producto o servicio más importante y el nivel de servicio.

3.Canales de distribución:

Para cada producto o servicio identificado en el paso anterior hay que definir el canal de distribución adecuado, añadiendo como información el ratio de éxito del canal y la eficiencia de su coste.

4.Relaciones con clientes:

Aquí se identifica cuáles recursos de tiempo y monetarios se utilizan para mantenerse en contacto con los clientes.

5.Flujos de ingresos:

El objetivo es de identificar la aportación monetaria de cada grupo, y además de donde vienen las entradas (ventas,

comisiones, licencias, etc.). Así se tendrá una visión global de cuáles grupos son más rentables.

6.Recursos claves: Utilizando los datos obtenidos anteriormente se escoge la propuesta de valor más importante y se relaciona con el segmento de clientes, los canales de distribución, las relaciones con los clientes, y los flujos de ingreso para saber cuáles son los recursos claves capaces de entregar la oferta de la empresa.

7.Actividades claves:

Utilizando la propuesta de valor más importante, los canales de distribución y las relaciones con los clientes, definimos las actividades necesarias para entregar nuestra oferta.

8.Red de contactos:

En este apartado se describen los proveedores, socios, y asociados para que la empresa funcione. ¿Qué tan importantes son? ¿Se Pueden reemplazar? ¿Se pueden convertir en competidores?

9.Costo de la estructura:

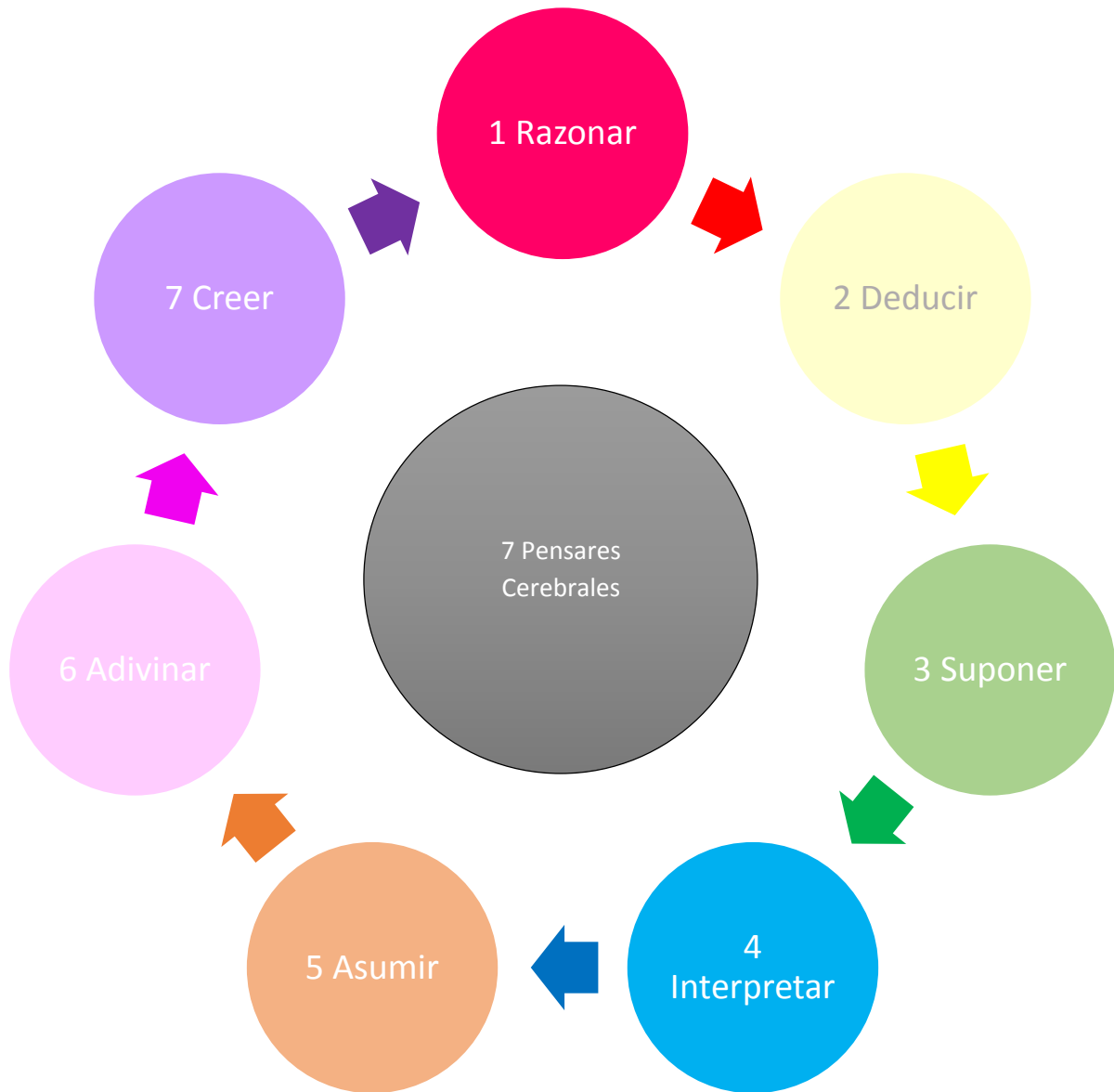
Aquí se especifican los costes de la empresa empezando con el más alto (Marketing, R&D, CRM, producción, etc.).

Luego relaciona cada coste con los bloques definidos anteriormente, evitando generar demasiada complejidad.

El modelo de negocio

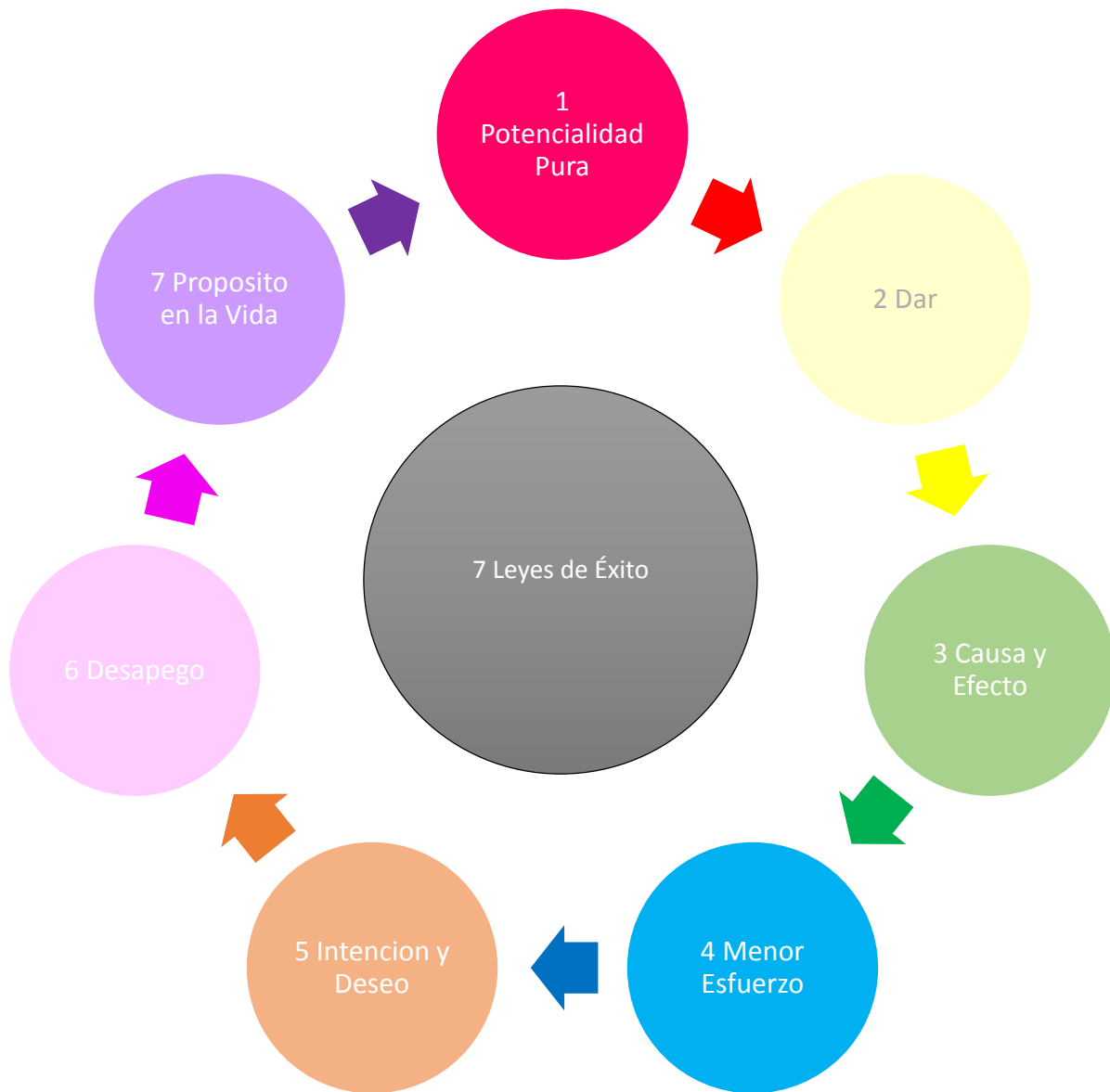


Decidir



Tu mejor Opción

Riqueza Material



Flujo Abundante

Arcoiris



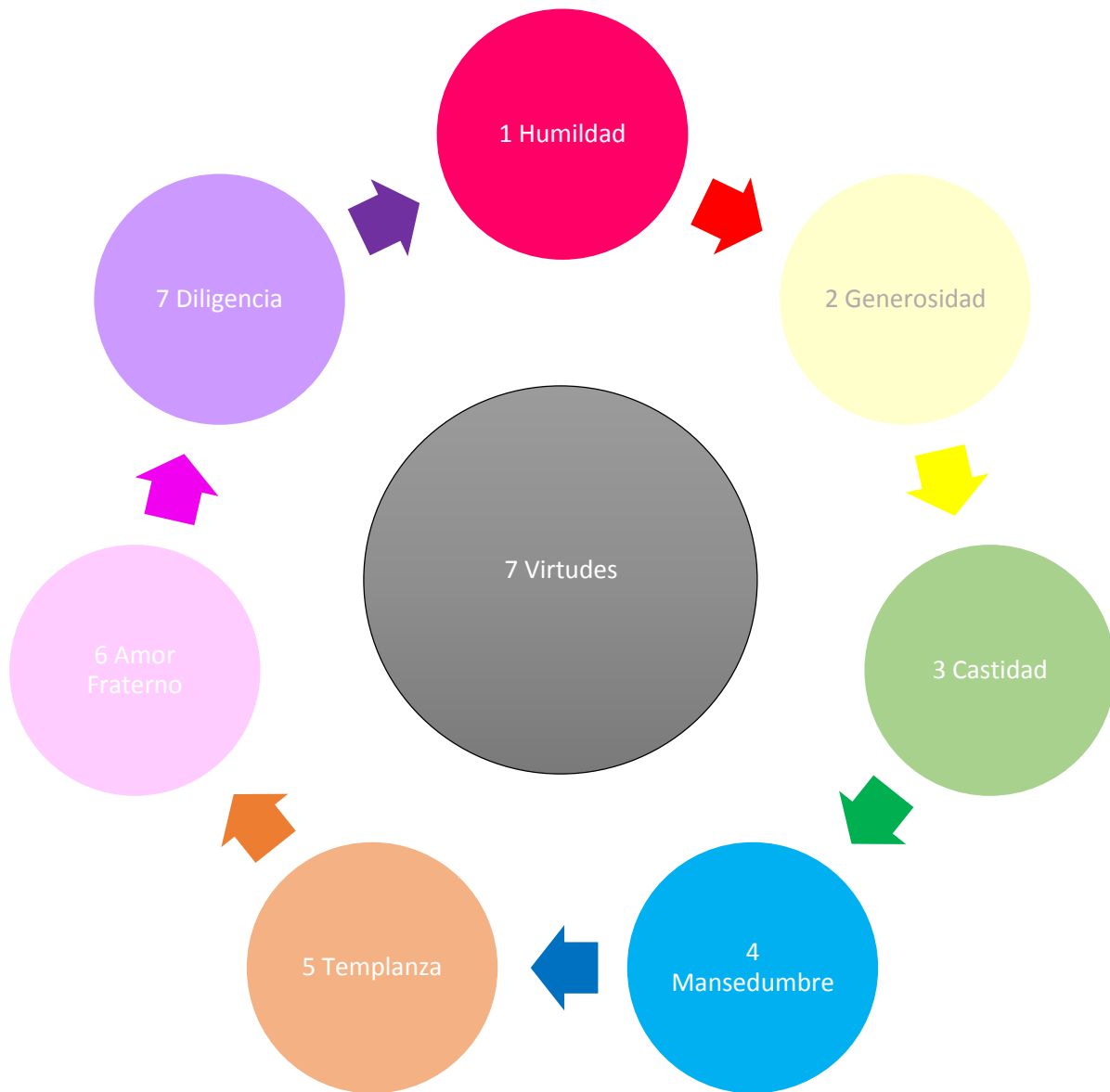
Antonimo + Sinonimo

Vicios



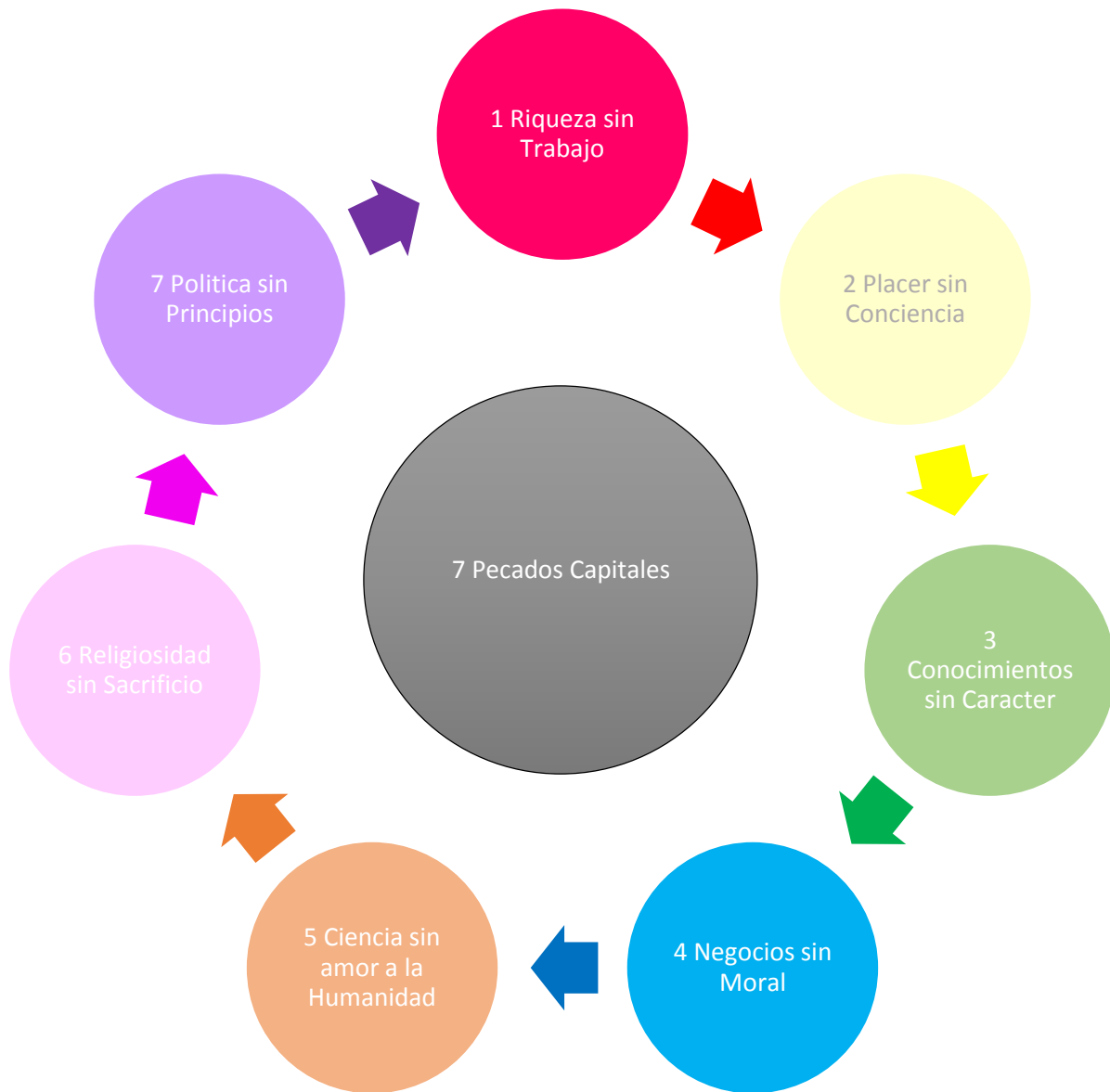
En Contra.

La Rectitud y Lo Justo



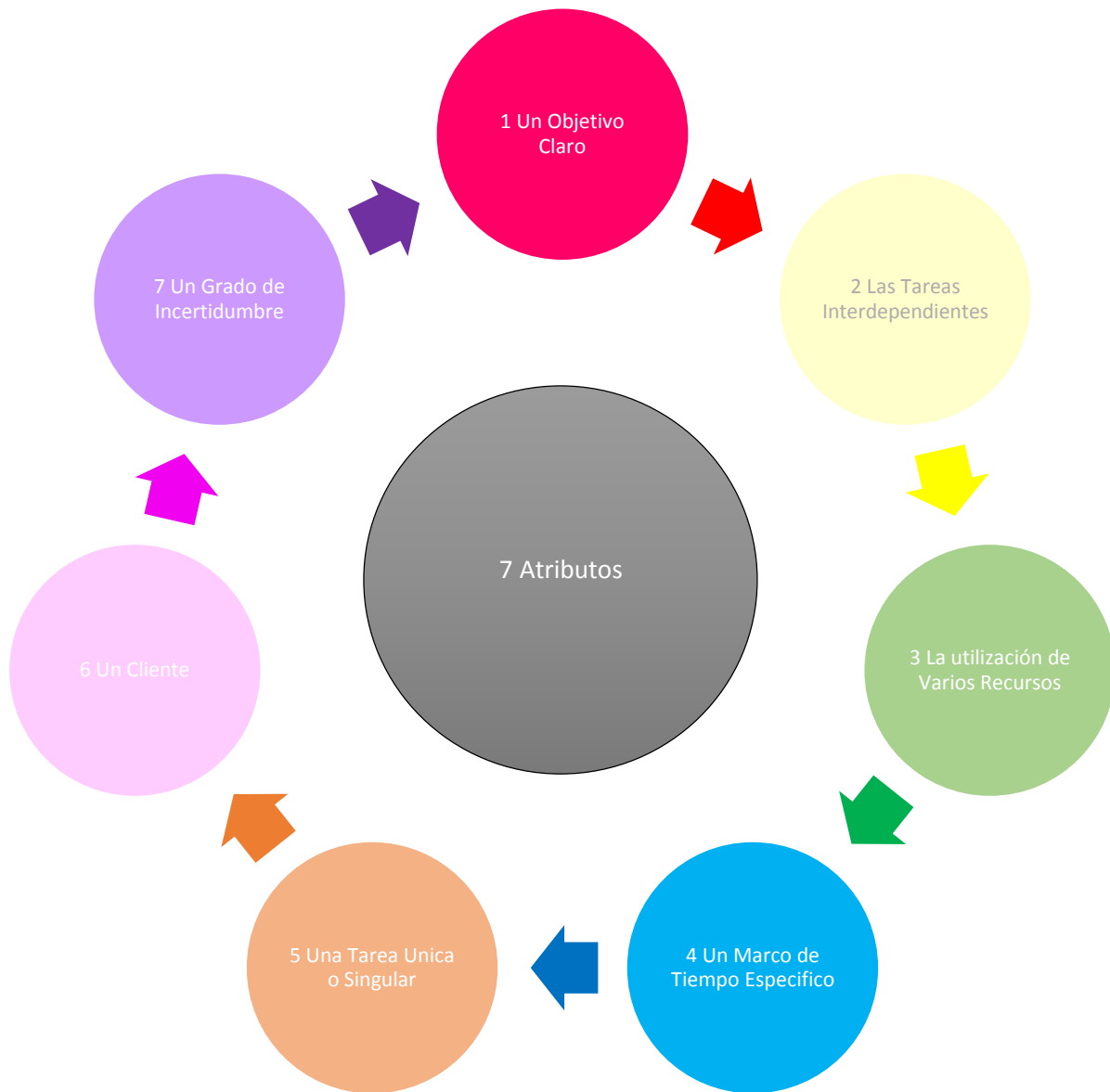
A Favor.

El Revolucionario

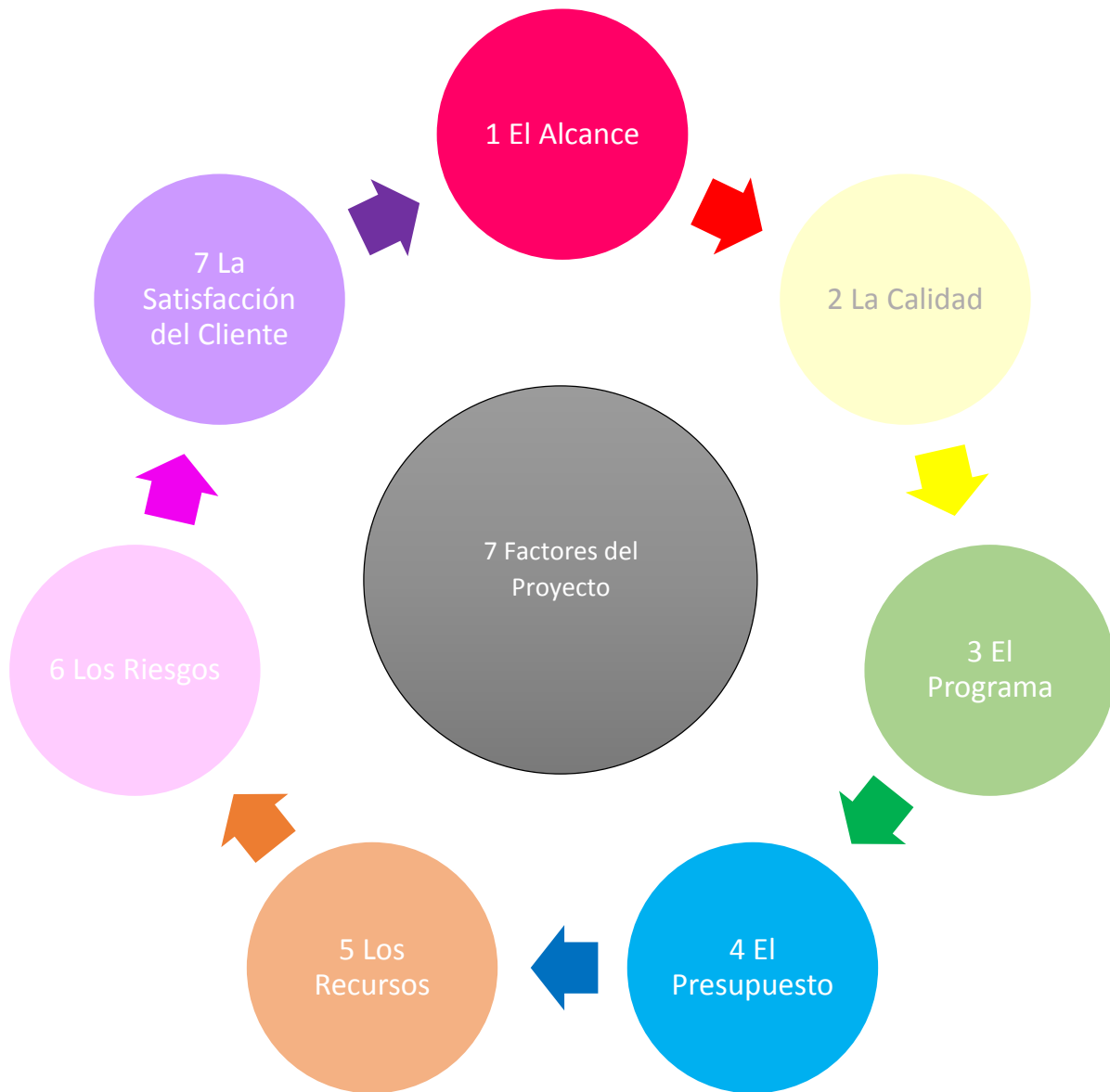


Mahatma Gandhi.

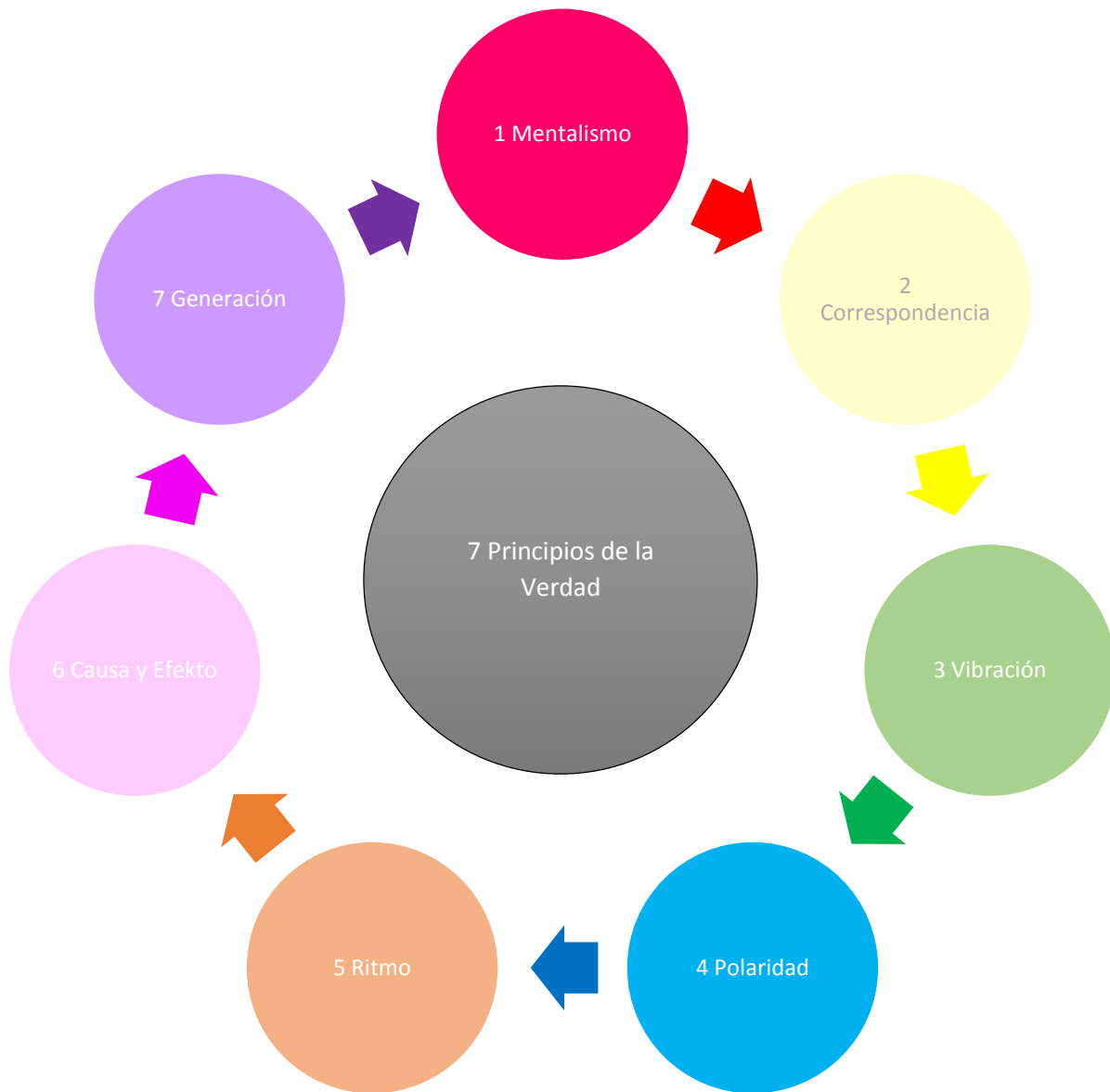
Del Proyecto



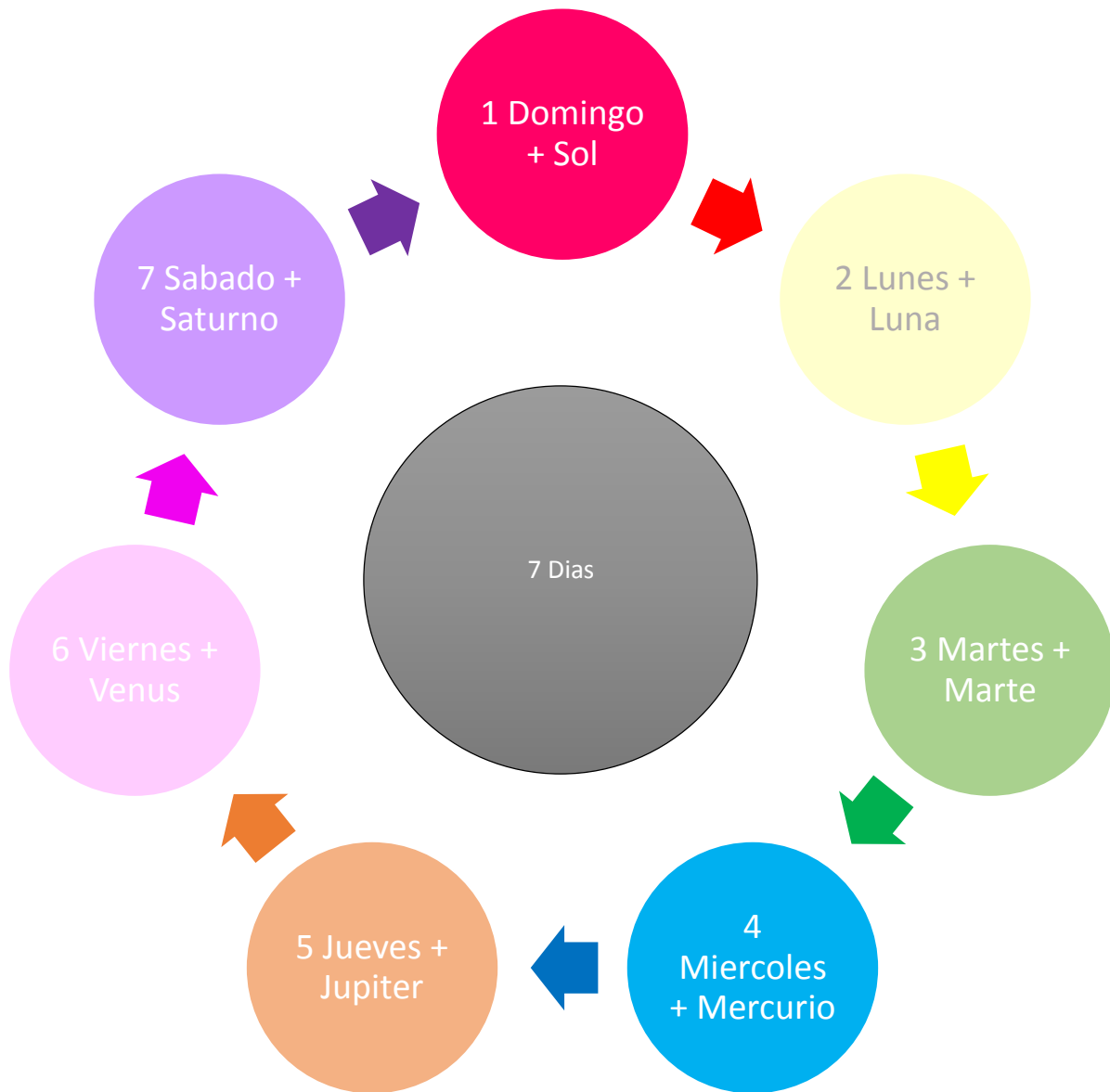
El Logro del Objetivo



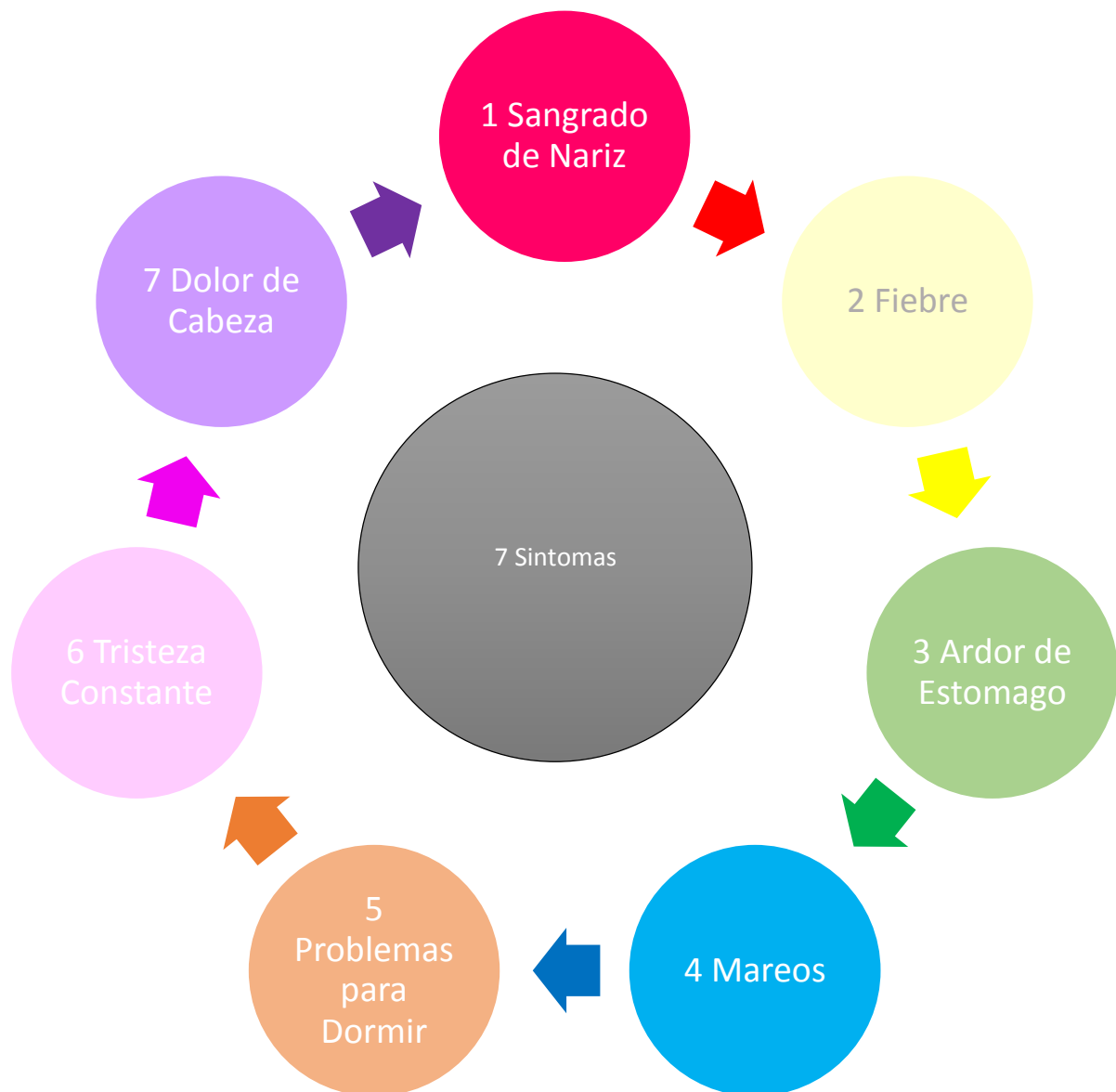
El Poder de la Mente



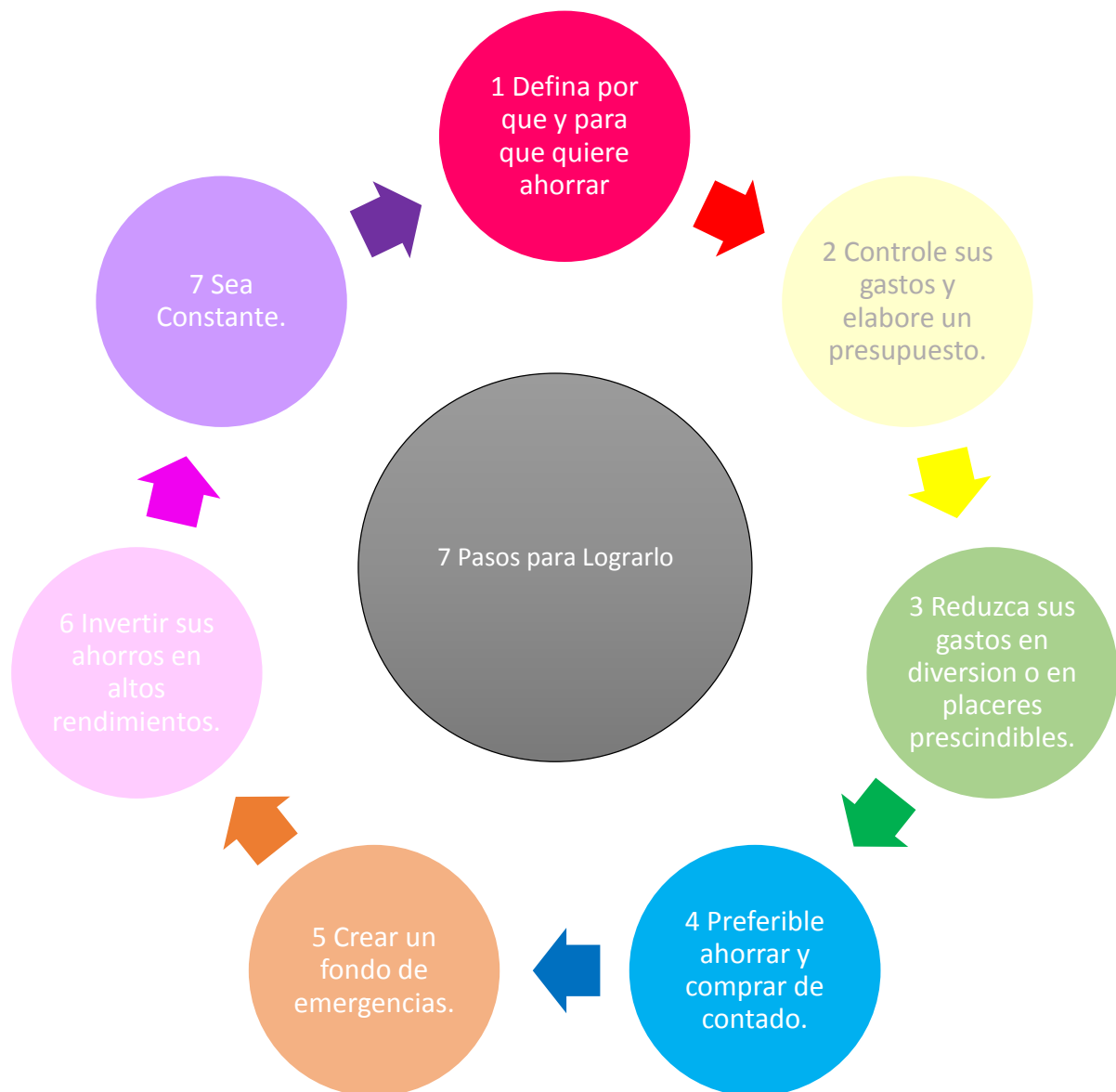
La Semana



La Enfermedad



Metas Financieras



7 Reglas de Vida

- 1.- Haz paz con tu pasado para que no arruine tu presente
- 2.- Lo que otros piensan de ti no es asunto tuyo
- 3.- El tiempo arregla casi todo, dale tiempo
- 4.- No compares tu vida con la de otros y no los juzgues
- 5.- Deja de pensar demasiado
Está bien no saber todas las respuestas. Ellas llegarán a ti, cuando menos te lo esperes.
- 6.- Nadie está a cargo de tu felicidad, excepto tú
- 7.- Sonríe. Sonríe. Sonríe.

Aceite de Aguacate

- Fortalece el Pelo
- Realza el brillo
- Rico en Ácidos grasos esenciales
- Hidrata
- Suaviza

Aceite de Oliva

- Fortalece el Pelo
- Aporta Elasticidad
- Hidrata
- Ayuda a combatir la caspa y la pérdida de cabello
- Rico en antioxidantes

Los Top 7 Aceites Naturales para el Pelo

Aceite de Romero

- Estimula los folículos
- Favorece el Crecimiento del Cabello
- Previene Aparición de Canas y la pérdida de Cabello

Aceite de Ricino

- Suaviza
- Hidrata
- Reduce las puntas abiertas
- Previene el debilitamiento del Pelo
- Induce el crecimiento
- Aporta cuerpo
- Previene al cuero cabelludo de infecciones

Aceite de Cartamo

- Protege el Pelo
- Nutre los folículos
- Hidrata
- Estimula el riego sanguíneo

Aceite de Coco

- Nutre profundamente el cabello
- Antioxidante
- Antibacteriano y Antifúngico
- Regenerador
- Estimula el crecimiento del pelo

Aceite de Almendras Dulces

- Sellante, impide la pérdida de hidratación
- Previene la caída del cabello
- Nutre y Alisa la cutícula
- Engrosa y aumenta el brillo
- Promueve el crecimiento del pelo

www.sidibeauty.com

Fundador: Omar Apátiga Rivera

7 Afortunado

Cruz

Oracular



7 Afortunado

[Http://www.cruzoracular.com](http://www.cruzoracular.com)