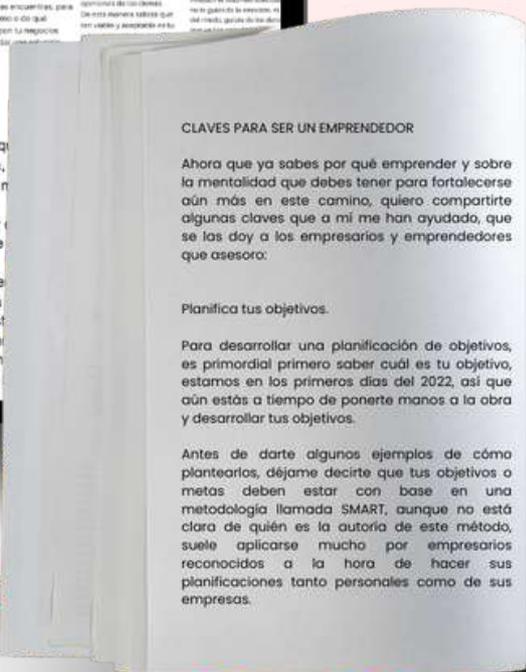


Guía para EMPRENDEDORES

Una estrategia es un plan detallado para presentar un producto nuevo o expandirlo a otro mercado.



imiento de producto o
s darle la importancia
as quieran lo que tú es
romoverlo y en querer



Jimena Hurtado



Esta Guía te será útil siempre y cuando tengas una idea de negocio en mente, o si ya tienes un negocio o emprendimiento y estás dispuesto a mejorarlo.

Algo que siempre digo es que, como asesora y consultora, yo pongo el 50% y el otro 50% lo pones tú llevando a la acción todo lo aprendido en esta guía.





Esta Guía va dedicada a todos ustedes, que como emprendedores y personas de negocio, tienen la visión de crecer, innovar y de influir en la vida de otras personas con sus productos y/o servicios.

Sé, lo tedioso que es empezar con algo nuevo, y sé el esfuerzo que hay que hacer por mantenerte firme y perseverante.

Esta Guía para Emprendedores es para ti.



ÍNDICE:

Introducción

- ¿Por qué emprender?
- ¿Cómo y por dónde empezar?

Mentalidad y actitud que todo emprendedor debe de tener

Claves para ser un buen emprendedor

- Planificar tus objetivos.
- Impulsar tu marca personal.

Mi negocio en la era digital.

Define y amplía tu ecosistema digital.

Tus páginas de aterrizajes.

INTRODUCCIÓN:



¿Por qué emprender?

“El emprendimiento es para todos, pero no todos son para el emprendimiento.”

Antes que nada, debes saber que la responsabilidad de tener un negocio trae consigo algunas variables, tanto personales, como de negocio. En el camino a la construcción de este, te conviertes en quien debes convertirte para crear y sostener aquel proyecto que sueñas.

Todos tenemos una historia de por qué empezamos algo, algún proyecto, algún trabajo nuevo, un viaje, una aventura, lo que sea; en el caso del emprendimiento es igual, lo empezamos por algún motivo, puede ser que te gusta desarrollar alguna actividad en particular o si quizás tienes alguna afición a algo y que por falta de tiempo no has podido desarrollarla aún, cómo por ejemplo algún deporte, danza, manualidades, etc.

O quizás en algún momento te planteaste poder tener más tiempo para tus hijos y poder trabajar desde casa, pues ese fue mi motivo principal para poder emprender. Aparte de considerarme emprendedora desde pequeña, mi mayor impulso sin duda fue ser mamá joven.

No fue tan fácil, mejor dicho, fue sumamente difícil, debido a que estudiaba, emprendía, cuidaba a mi hijo y trabajaba como dependiente a la vez. Ni yo misma sé como hacía en ese momento, sin embargo, ahora me doy cuenta y llego a la conclusión que, cuando tienes un objetivo en mente, no hay nada ni nadie que te pare y que si una persona como yo, que era prácticamente una niña, lo pude hacer, pues tú también puedes.

Con esto solo quiero mostrarte y enseñarte como poder emprender y que si tienes ya un emprendimiento o negocio, pero sientes que las cosas no van como tú quieres, aún lo puedes mejorar y encaminar con los pasos que te dejo en esta guía.

Aprovéchalo.



¿Cómo y por dónde empezar?

1.- Ideas



Desarrolla un brainstorming o lluvia de ideas, aterrizalas en un papel, no importa el orden, tampoco te cuestiones que sea bueno o malo, simplemente vuelca todas tus ideas en un papel.

2.- Investigación



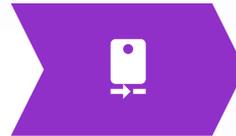
Analiza qué es lo que sucede en tu entorno, qué oportunidades tienes y qué problemas encuentras, para saber cómo o de qué manera con tus negocios puedes dar una solución.

3.- Prototipo



Desarrolla un prototipo de producto o servicio y muéstralo para saber las opiniones de los demás. De esta manera sabrás qué tan viable y aceptable es tu propuesta ante los demás.

4.- Producción



Luego que tu producto ya fue aceptado. Puedes dar inicio a la producción. Producir el volumen adecuado, no te guíes de la emoción, ni del miedo, guíate de los datos que ya has calculado.

5.- Lanzamiento



Prepárate para tener un lanzamiento exitoso. Comunícalo en los medios que hayas planificado tener. Los lanzamientos deben ser aprovechados para generar la mayor cantidad de conversión.

1. En todo este tiempo que llevo viendo negocios y emprendimientos muy de cerca, he podido darme cuenta, de que todos, o la gran mayoría, tienen varias ideas que quedan en la mente, me topo con conversaciones en donde me dicen:

Jimena, quiero hacer esto y aquello, tengo esta idea, quiero desarrollar esto y mi respuesta es siempre con la siguiente pregunta, ¿y por qué no lo has hecho?

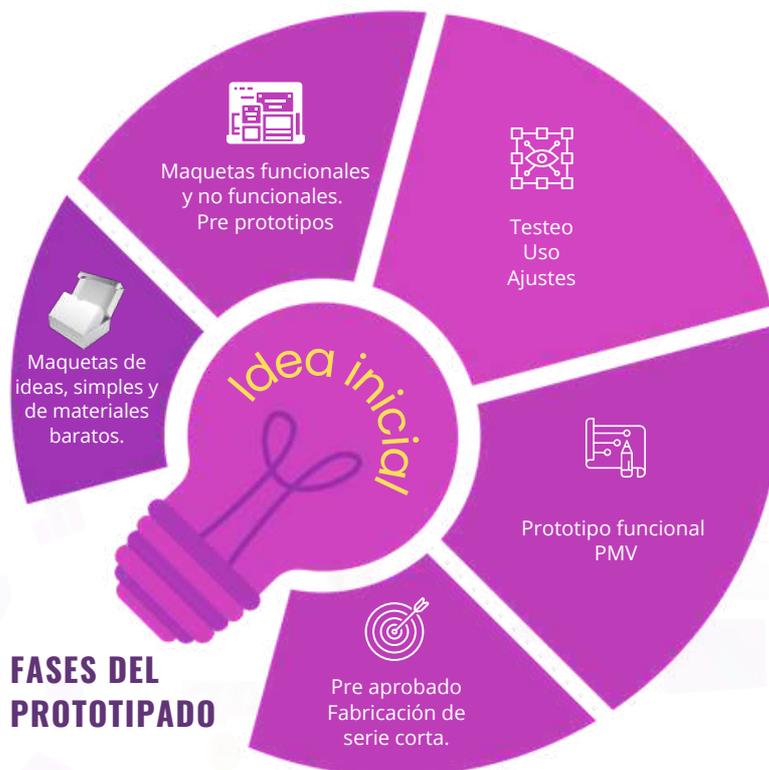
Muchos me responden, porque necesito ayuda, no sé cómo o por dónde empezar, por eso quiero que tú me ayudes; sin embargo, estas respuestas son solo excusas, la verdadera respuesta es, porque no lo he planificado y no he aterrizado aún mis ideas, es decir no lo tengo claro. Así que el primer paso, si hoy tienes alguna idea de negocio en mente, es coger una hoja y un papel (o en un Word) y anota todas tus ideas, todo lo que fluya, sin pensar o analizar tanto. Este es el primer paso.

2. Para investigar tienes varias herramientas que te pueden ayudar.

- Puedes realizar encuestas mediante <https://docs.google.com/forms/u/0/>
- Puedes hacer video entrevista mediante <https://zoom.us/signin>
- Puedes visitar negocios que se parezca al tuyo u ofrezcan lo mismo o algo parecido.
- Conversa con personas que usen algo parecido a tu producto o servicio.
- Hazle preguntas como: ¿Qué te gusta más de tal producto? ¿Por qué es tan importante para ti utilizarlo? ¿Del 1 al 10 cuanto lo necesitas? ¿Comprarías otra marca?, etc.
- La idea en este punto es que te llenes de toda la información posible que te permita realizar un emprendimiento viable y que te guste.
- Ponte a investigar.

3. Prototipar tu emprendimiento, ya sea si es un producto o un servicio, te va a ayudar a que de una forma "ficticia" puedas presentarlo y verificar si es funcional para el usuario y si es un negocio viable.

"Fallar rápido y barato es muy efectivo"



Fases de prototipar:

1. Idea general

2. Inspiración:

- Maquetas de ideas; simples, materiales baratos o reutilizados.
- Especular funciones y tamaños.

3. Evolución:

- Pre prototipo; maquetas funcionales y no funcionales.
- No materiales definitivos y baratos o reutilizados.

4. Validación:

- Prototipo funcional (Producto Mínimo Viable) Poner en escena a un producto o un servicio.
- Materiales casi definitivos, plano de fabricación.
- Testeo, uso y validación
- Listo para fabricar, se recomienda empezar con una serie corta.

4. En la etapa de producción, asegúrate de sacar siempre el volumen correcto en el caso de que tu emprendimiento sea con un producto físico, y si es un servicio, asegúrate de tener los pasos determinados a seguir.

Realiza un aproximado entre tus costos de producción y el precio al consumidor final para determinar la cantidad de producto a lanzar.

5. Todo lanzamiento de producto o de proyecto que tengas, debes darle la importancia debida, si quieres que los demás quieran lo que tú estás ofreciendo, el primero en promoverlo y en quererlo deberías de ser tú.

Aprovecha este momento para hacer un reconocimiento de marca e impulsar cada vez más tu negocio, tu emprendimiento o tu proyecto.

○ Estrategias de lanzamientos de proyectos.

Una estrategia es un plan detallado para presentar un producto nuevo o expandirlo a otro mercado.

1. *Estrategia de preventa*; con esta estrategia puedes captar una lista de clientes realmente interesados en tu producto o servicio. Puedes comunicarlo a través de tus redes sociales, con publicidad y con contenidos orgánicos.
2. *Estrategia de interacción en redes sociales*; esta estrategia es una dinámica bastante interesante, ya que lo que busca es generar expectativa a través de diferentes contenidos en las redes sociales para que los usuarios interactúen y se cuestionen, **¿qué es lo que traes en manos?** - Además te ayuda a generar más visibilidad y preparas a tu audiencia con tus futuros lanzamientos.
3. *Estrategia de contenidos*; cada lanzamiento debe ir acompañado de diversos contenidos que informen lo que está por venir, esto te ayuda a tener a las personas comunicadas y atentas a lo que les estás ofreciendo. Estos contenidos deben ser adicionales a los contenidos que ya tienes preparados.
4. *Estrategias de influencers*; más del 80 % de los especialistas en marketing consideran que el marketing de influencers es un canal efectivo para lograr resultados (*fuentes: hubspot*) así que hay que hacerles caso. Sin embargo, es importante analizar las cuentas de los influencers e investigar cuál se asemeja a tu nicho para que tus resultados sean aún más efectivos.

MENTALIDAD Y ACTITUD QUE TODO EMPRENDEDOR DEBE TENER

Antes de comenzar con este capítulo, debo decirte que, aquí, el único o la única que decide eres tú. Yo puedo decirte muchas cosas que a mí me han funcionado, puedo darte las mejores guías, los mejores consejos, sin embargo, siempre va a depender de ti si lo haces o no.

“Para lograr lo que pocos logran, hay que hacer lo que pocos hacen” Una frase que me acompaña siempre y me ayuda a nunca desistir.

- Mentalidad positiva
- Mentalidad ganadora
- Actitud convencida
- Carácter
- Aprender a discernir
- Aprender a decir NO cuando debes hacerlo
- Aprender a decir SI cuando debes hacerlo
- Aprender a activar tu intuición
- Aprende a ser positivo cuando las cosas no van bien

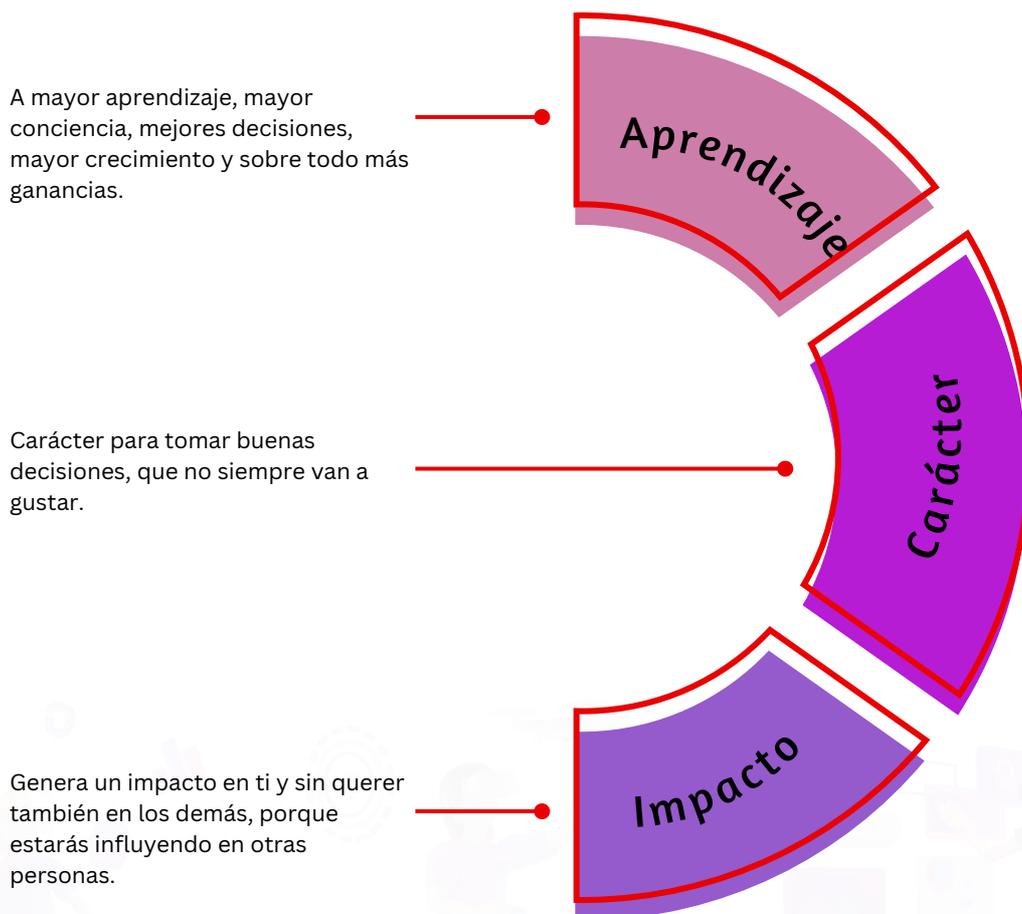
Dale rienda suelta a tu intuición y deja la razón de lado, a menudo escucho y converso con personas que prefieren el regalo inmediato, antes de trabajar por algo a largo plazo, que tengas una satisfacción inmediata, no considero que esté mal; sin embargo, es importante que empieces a ver las cosas desde todos los ángulos.

Hacer lo que te habías propuesto hacer en un día ya te da esa satisfacción, esa sensación de que cumpliste contigo mismo, con lo que te propusiste, porque paso a paso te acercas más a donde quieres llegar.

Hay un libro que me gusta, me inspira y me enseña mucho: [El Efecto Compuesto del auto: Darren Hardy](#) **que por cierto tengo un resumen de este libro en mi canal de YouTube**

Los triunfos pequeños acaban convirtiéndose en grandes transformaciones, si lo que haces te resulta ganas, si no ganas, aprendes, de cualquier forma estás siempre en positivo y no en negativo.

Copia esta fórmula para que conviertas tus debilidades en fortalezas



Aprendizaje

Si me conoces, te habrás dado cuenta de que el aprendizaje me gusta mucho y siempre lo menciono, personalmente a mí me gusta aprender diversas cosas nuevas, ya sea un deporte, nuevos conceptos, formas nuevas de hacer las cosas, y sobre todo de lo que me apasiona que es el **marketing**.

Hace unos días me reuní con una amiga a conversar y a tomar algo, entre tantas cosas terminamos conversando sobre el tema de los estudios.

Yo le dije: para ser honesta, desde el 2013, que saque mi título de e-commerce y de mercadóloga al día de hoy todo lo que aprendí no me sirve de nada, ¿qué fuera de mí si no me hubiera seguido capacitando?

Esto es cierto, vivimos en un mundo muy cambiante, estudiar una carrera universitaria y obtener un título es válido e importante, pero no creas que tu aprendizaje debe quedarse ahí, nomas, es muy importante que te autocapacites, tomes cursos, leas, veas videos, asistas a seminarios, entre otras cosas.

Mientras más aprendes, tendrás mayor conciencia, tomarás mejores decisiones, tendrás mayor crecimiento y sobre todo vas a ganar más dinero.

Carácter y decisión

Todo emprendedor debe aprender a formar su carácter para tomar buenas y mejores decisiones.

Este no es un camino para los que quieren experimentar, para los que quieran jugar o solo para los que quieran probar. *El emprendimiento en los negocios puede ser para cualquier persona, pero no cualquier persona está preparada para ser un buen emprendedor.*

Porque no todos están dispuestos a sobrellevar un camino empresarial, porque por consecuencia llegan también muchos altibajos que hay que superar.

Lo bonito de todo esto es que a raíz de los problemas podemos conocer nuestras virtudes, que con cada error aprendemos aún más y cada tropiezo forja aún más el coraje y la persistencia.

“Cada adversidad, incluso cada fracaso y cada angustia, lleva consigo la semilla de un beneficio igual o mayor” - Napoleón Hill

Por ello es que no debemos temerle al camino y no debemos de desistir cada vez que sentimos que algo no va bien.

Nuestra única competencia, y a la única persona que debemos de superar, es a uno mismo y ese es el carácter del cual les estoy hablando.

Impacto y resultados

Cada cierto tramo que avances, es importante que pares, des un respiro, mires todo lo que has avanzado, todo lo que has superado y cuanto has crecido, hacer este ejercicio generará un impacto en ti y sin querer también en los demás, porque estarás influyendo en otras personas.

Los resultados son parte del desarrollo que vas obteniendo en el camino. Gracias a Dios todos los seres humanos tenemos la capacidad de aprender y de tener cada vez mejores resultados. Pero sí, depende mucho de nosotros mismos, poder hacerlo.

Todo en la vida es una constante evolución, así que no nos estresemos por no avanzar más o menos como los demás. Cada uno de nosotros tiene su propio tiempo.

“Al final todo saldrá bien. Si no está bien, no es el final” - John Lennon

CLAVES PARA SER UN EMPRENDEDOR

Ahora que ya sabes por qué emprender y sobre la mentalidad que debes tener para fortalecerse aún más en este camino, quiero compartirte algunas claves que a mí me han ayudado, que se las doy a los empresarios y emprendedores que asesoro:



Planifica tus objetivos

Para desarrollar una planificación de objetivos, es primordial primero saber cuál es tu objetivo, estamos en los últimos días del 2022, así que aún estás a tiempo de ponerte manos a la obra y desarrollar tus objetivos 2023.

Antes de darte algunos ejemplos de cómo plantearlos, déjame decirte que tus objetivos o metas deben estar con base en una metodología llamada SMART, aunque no está clara de quién es la autoría de este método, suele aplicarse mucho por empresarios reconocidos a la hora de hacer sus planificaciones tanto personales como de sus empresas.

“En la planificación radica el éxito” - Anónimo

¿Qué significan las siglas **SMART**?

Específico

Un objetivo debe ser siempre **ESPECÍFICO**, debemos ser capaces de dar una información clara y detallada de lo que queremos lograr, ya que mientras más específico sea el objetivo, más fácil será cumplirlo. No podemos decir: Quiero obtener mayor crecimiento en el 2023, si no ser más específico: "Aumentar mi crecimiento con tantos clientes, con mi producto XX, que me genera un volumen del tato % más en tal mes.

Medible

Nuestros objetivos deben ser **Medibles o cuantificables** para poder saber si vamos por buen camino o, simplemente, si lo hemos cumplido o no. Esto también nos ayudará a definir si seguimos con la misma estrategia empleada o si debemos de ir variando, dependiendo el avance que vayamos obteniendo. Finalmente, nos ayuda a identificar si el equipo asignado para la gestión de dicho objetivo va por el camino adecuado. Es muy importante que los objetivos sean medibles, para saber cómo vamos y poder crear los indicadores clave (KPI) necesarios y así llegar a un análisis adecuado de pros y contra sobre el siguiente proyecto u objetivo.

Alcanzable

Nuestros objetivos SMART deben ser **Alcanzables**. Es decir, que sean posibles de realizarse y que a su vez sea realista, que nosotros verdaderamente lo podamos lograr. Podemos partir de hacernos las preguntas: ¿tenemos la capacidad para alcanzar dicho objetivo? Quizás lo veas muy grande o quizás si tienes el equipo y/o las herramientas suficientes para lograrlo. Trata de ser siempre lo más realista con los objetivos que te plantees, de otra forma puedes decepcionarte y pensar que lo que haces no funciona.

Relevante

La cuarta letra del acrónimo SMART, significa **Relevante**. En otras palabras, que nuestro objetivo sea significativo, importante y que sea un desafío para la persona que lo va a realizar, para el equipo y para la empresa.

Si el objetivo aporta valor y está alineado con la razón de ser de la empresa, quiere decir que si es un objetivo SMART.

Temporal

Y, por último, en los objetivos SMART, tenemos el **factor Tiempo**, lo que significa que nuestros objetivos deben tener un tiempo determinado para ser completado. Porque, si no determinamos la duración del objetivo o cuando termina, no podremos saber si lo hemos logrado o no.

Además, es muy importante establecer un tiempo, porque así, podemos tener objetivos a corto, mediano y largo plazo.

Ahora te daré algunos ejemplos de objetivos que puedas emplear este 2023

1. Lograr un 20% más de seguidores en mi Instagram, con relación a la cantidad de seguidores actuales, durante los tres primeros meses del 2023.
2. Invertir un 30% de mis ingresos en educación sobre mi negocio en los meses: abril, mayo, junio y julio del 2023.
3. Aumentar un 50% de mi facturación, en relación al 2022, en el 2023.



Impulsa tu Marca Personal

Conviértete en el influencer de tu propia marca.

No tengas miedo a salir en cámaras, aunque esto también se aprende, puedes tomarlo como un objetivo y un reto para este 2023

El diseño de los elementos de una marca, cómo se define la empresa y cómo se da a conocer al consumidor, es parte primordial del proceso de crear una marca personal potente.

Es decir, debes tener claro algunas especificaciones: comportamiento, conducta, perfil, colores, tipo y tono de comunicación, desde el inicio para que con el tiempo tu marca, no solo sea reconocida, sino que también cobre un protagonismo único y diferencial para el consumidor.

¿Qué dicen de ti en tu ausencia?

La respuesta, esa es tu marca personal, pero este mismo ejercicio lo podemos llevar a nuestros negocios. ¿Cómo ven las personas de tu negocio?

Hay un ejercicio bastante interesante que se lo vi a mi mentora de negocios y constantemente lo hago en mis redes sociales.

Ahorita mismo tomate un selfi, súbelo a tus historias de Facebook, Instagram y/o tiktok y hazle una pregunta a tu audiencia. ¿Por qué me contratarías?

Esta es una forma sencilla de sacarles un feedback a tus seguidores.

MI NEGOCIO EN LA ERA DIGITAL

Todo ha cambiado y evolucionado, esto no es tema de discusión.

Una de las cosas más cambiantes en este tiempo, y que sin duda seguirá así, es el comportamiento del consumidor. Solo basta con mirarnos a nosotros mismos a la hora de consumir un producto o servicio; cómo lo buscamos, hacia dónde vamos para obtener referencias, entre otras cosas; para darnos cuenta del evolutivo cambio que hemos dado a la hora de consumir.

Es por ello, que si manejamos una marca, producto o servicio, debemos estar también en la corriente de este cambio. Ya no basta solo con armar un bonito producto, ponerle precio y ofrecerlo.

Ahora, debemos pensar, en la ideación, en el valor agregado que otorgamos, en la necesidad principal de nuestro cliente, en como el usuario se va a beneficiar de lo que ofrecemos y de como le hacemos vivir una experiencia que haga que ellos se queden con nosotros mucho más tiempo.

A simple vista parece complejo pensar en todos estos detalles, sobre todo si somos principiantes y recién lanzaremos un emprendimiento o negocio. Pero la verdad es que no es del todo tan tedioso.

Hoy podemos aprovechar todas las plataformas que tenemos a nuestro alcance para investigar al cliente, para dar a conocer los beneficios de lo que ofrecemos, para crear una comunidad, para generar audiencia y para finalmente vender.

Tanto la producción, el marketing, la publicidad y las ventas son importantes en la vida de un producto, de lo cual debes darle prioridad a cada una de ellas. Es como si fuera parte de un rompecabezas, si una de las piezas se pierda, el rompecabezas queda incompleto; es allí dónde quizás estemos fallando como negocio y por ello la falta de resultado.

Recordemos que ahora todo, o casi todo, se valida por el internet, cuando un usuario busca alguna referencia de algún producto o servicio que quiere adquirir, lo busca en internet, puede ser en Google, en Instagram, en Facebook, en tiktok, en Twitter, en YouTube o en cualquier otra plataforma que esté acostumbrado a utilizar. Es por ello la importancia de que nuestro negocio tenga presencia en por lo menos dos o tres de estas plataformas mencionadas.

Sé que quizás ahora debes estar diciendo: - Pero mi rubro, así nomas no lo buscan en redes sociales, este es un cuestionamiento que muy seguido me toca aclarar con algunos empresarios.

A lo que yo siempre respondo, ok está bien, es cierto!; sin embargo, el universo del internet es uno solo y es inmenso, si queremos tomar cada vez más posición dentro de él, debemos de tener cada vez más plataformas (valga la redundancia, en internet) para que nuestra marca cada vez sea más visible en el mundo.



DEFINE Y AMPLÍA TU ECOSISTEMA DIGITAL

El ecosistema digital está conformado por todas las plataformas, llamémoslas redes sociales, páginas de blog, páginas web, entre otras, que son utilizadas para que podamos comunicar de forma digital nuestros productos o servicios.

En primera instancia, y siendo lo más fácil al ser plataformas gratuitas, las redes sociales son anaqueles virtuales que podemos aprovechar.

Tenemos más de 30 redes sociales a nivel global, superando los 3 Millones de usuarios al rededor de todo el mundo.

Es por ello, que las redes sociales pasaron de ser, solo, un entretenimiento a formar parte fundamental de nuestros negocios.

Pero bien, ¿cómo hacemos para ampliar nuestro ecosistema digital y acaparar cada vez más espacio del universo llamado internet?

Podemos iniciar por lo más simple y sencillo.

¡Empieza a crear tu contenido en las redes sociales ya!

Además de tener a nuestra disposición diferentes plataformas en donde podamos empezar a desarrollar nuestros contenidos.

Es una gran ventana, para que de forma gratuita, empecemos a difundir lo que sabemos, enseñemos, eduquemos y ofrezcamos nuestros servicios.



Los puntos más importantes de toda estrategia digital se basa en estos.

Cada punto es fundamental y clave para nuestro negocio.

PÁGINAS DE ATERRIZAJE

Antes que nada, definamos primero qué es una página de aterrizaje, llamada también *landing page*.

Una Landing Page (**página de aterrizaje**) es una página dentro de un sitio web, desarrollada con el único objetivo de convertir los visitantes en Leads o prospectos de ventas por medio de una oferta determinada.

Dicho como tal, es una página para vender, esta se desarrolla con la finalidad de informar sobre un producto en específico, empleando distintas técnicas como el copywriting, storytelling y más, para llamar la atención de las personas interesadas y que finalmente se logre la venta.

Una de las estrategias más utilizadas a la hora de hacer una publicidad en redes sociales es mandar tráfico (leads) a una landing para generar conversiones (clientes). Algunos emprendedores me preguntan ¿Es necesario crear una landing solo por un producto? Mi respuesta es siempre sí.

Cuando nosotros buscamos generar ventas, debemos darle al usuario específicamente lo que necesita; si bien es cierto por las redes sociales buscamos información e imágenes referentes a lo que queremos, en una página de aterrizaje o landing page encontraremos mayor información, más específica y contundente para tomar una decisión de compra.



Herramientas

A continuación te voy a regalar diferentes herramientas que te van a ser muy útiles para empezar a desarrollar tu contenido de forma sencilla y rápida.

 Crea tu plan de contenidos con esta plantilla:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1yonswqclbXCqdonVeJ7-BPTrXrnQBgVMvVfvUwOWpC4/edit#gid=524067837>

 Calendario de fechas importantes

<https://jimenahurtado.com/wp-content/uploads/2022/11/Calendario-de-contenidos-2023-1-1.pdf>

 Ideas de contenidos

<https://mastitulares.conviertemas.com/>

 Videos gratuitos

<https://www.pexels.com/es-es/buscar/videos/libre%20sin%20derechos%20de%20autor/>

 Diseñar contenidos

<https://www.canva.com/>

¡NECESITO AYUDA!



Crezcamos juntos

Analizo y creo estrategias para tu negocio
Más de cuatro años ayudando a
emprendedores a crear estrategias con...

 Jimena Hurtado /

