



**COMERCIALIZATE.MX**

LOS CUATRO IMPRESCINDIBLES  
DEL EMPRENDEDOR

### ÍNDICE

- Introducción.....3
- Plan de negocio.....5
- Plan financiero.....8
- Financiamiento.....11
- Plan de mercado.....16



### INTRODUCCIÓN

“Emprender está de moda, pero no es tan fácil como suena, no nos guiamos nada más por los casos de historias de éxito. Emprender tiene una responsabilidad grande, en la cual tienes una alta probabilidad de fracaso”, Federico Casas, socio fundador de la Asociación de Emprendedores de México.

Todos aquellos que deseen poner en marcha una empresa deben tener claros ciertos aspectos fundamentales que les ayudarán a dar forma a su idea para lograr el éxito. Si eres un emprendedor nato, o bien, si has decidido poner empeño y dedicación en tu nuevo negocio, es necesario que consideres estos temas de los que te estamos hablando, los cuales resultan básicos a la hora de poner manos a la obra.

Se trata de cuatro focos de atención que deberás desarrollar antes de comenzar con tu empresa. Una vez establecidos será más sencillo arrancar previendo casi cualquier situación y reduciendo bastante las posibilidades de fracaso o cierre de tu negocio. Nos referimos al plan de negocio, el plan financiero, el financiamiento y el plan de mercado. Y aunque el compromiso con la creación de nuevas empresas va más allá de todo ello, lo cierto es que si se tienen bajo control estos temas es seguro que habrás comenzado con el pie derecho.

El plan de negocio tiene que ver con la estructura que formarás de tu empresa, la cual debe estar claramente señalada desde el principio y puesta sobre una hoja de papel. De hecho, cada aspecto que revisaremos a continuación deberá

ser plasmada con papel y lápiz, pues ello también es necesario para el correcto funcionamiento de estos planes.

El plan financiero y el financiamiento van de la mano; el primero te dará las pautas a seguir con tus recursos económicos, ya sea para conseguirlos, utilizarlos u obtener utilidades, entre otras cosas; el segundo, por su parte, te ayudará a conocer cómo conseguirás esos recursos y de parte de quién, así como los beneficios que tendrán tus socios o prestadores a cambio de participar contigo.

Por último, y con muchísima importancia, se encuentra el plan de mercado. Esta útil herramienta es imprescindible en cualquier empresa, ya sea que esté arrancando o que se encuentre bien establecida en el mundo de los negocios. Su importancia radica en tratar con, quizás, lo más valioso que tiene una empresa: sus clientes. Por lo tanto, tendrás que conocer a fondo tu mercado meta, sus gustos, necesidades y deseos, entre otras cosas, para dar en el clavo justo que logre despertar su interés. De esto, por supuesto, dependerá la permanencia de tu negocio.

### PLAN DE NEGOCIO

De la misma manera que el plan de mercado, el plan de negocio es fundamental para la buena organización y el funcionamiento exitoso de tu empresa. Asentarlo por escrito resulta necesario para seguirlo minuciosamente, pues se basa en estudios que previamente tendrás que realizar sobre tu compañía, tu mercado y tu contexto. Las ideas deberán quedar plasmadas sobre papel.

Desafortunadamente, muchas empresas carecen de un plan de negocios. Si los empresarios o emprendedores no pueden hacerlo, la opción más viable es pagar a alguien para que lo estructure. Más que un gasto es una inversión para quienes no lo pueden trazar por sí mismos y necesitan ayuda. Las empresas con ganancias considerables siempre tienen tras de sí un plan de negocio. Sin embargo, cientos de emprendedores no ponen atención en este foco y comienzan a trabajar sin un plan bien hecho.

Si bien es cierto que armar un plan de negocio no es nada sencillo, tienes que saber que realizarlo desde el principio evitará que acarrees una serie de problemáticas evitables de cierta manera. La correcta planeación del negocio te permitirá seguir un camino estructurado con muchas menos posibilidades de tropezar.

Las razones para escribir el plan de negocio son variadas. En primer lugar, este plan es una guía que servirá para trazar tu camino hacia el éxito, para evaluar sobre la marcha, para cambiar lo que sea necesario y para evitar

errores. No obstante, es una guía que puede mutar conforme pasa el tiempo para adaptarse a los cambios del mercado, las temporalidades y las necesidades, tomando la delantera a la competencia y actualizándose todo el tiempo.

Así mismo, un plan de negocio asegurará la participación de prestamistas e inversionistas, pues cuando acudas ante ellos será un requisito presentarles la información sólida, clara y bien estructurada, porque aunque la buena o mala confianza que les inspires también jugará un papel en su elección, el plan de negocio será lo que los terminará de empujar o alejar. Además, en estos casos se piden garantías que ofrecerás desde el respaldo de tu empresa, es decir, les hablarás sobre la historia, cómo se ha desarrollado y cuál es su crecimiento, cómo se utilizará su préstamo o inversión, y cuáles serán las ganancias u objetivos alcanzados. Todo esto de manera escrita.

La tarea de escribir el plan de negocio puede llevar días, semanas o meses. Será necesario realizar las investigaciones necesarias en todos los campos relacionados con la empresa.

A continuación mencionaremos las partes fundamentales que debe tener un plan de negocio sencillo, claro y básico:

- Portada: en esta incluirás datos duros, como el nombre del proyecto, información y contactos de la empresa y los involucrados, y fechas importantes.

- Resumen ejecutivo: aquí tendrás que resumir el plan y establecer objetivos. Dirás cuál es tu necesidad de capital, cómo se utilizará el dinero, quiénes serán los beneficiados, cómo se pagará el préstamo o inversión, y cuáles son las ganancias esperadas.
- Índice con todo el contenido a detalle.
- Contenido:
  - Plan organizativo: toda la información que puedas proporcionar minuciosamente sobre la organización administrativa. Deberás también esclarecer la manera de trabajar de la empresa, qué es lo que vende, cómo es su estructura legal e información básica sobre los empleados.
  - Plan de mercadeo: todo lo que te hemos explicado en el apartado anterior, es decir, estrategia de mercado, ventas, publicidad, etcétera. Esta es la parte más importante de todo el plan de negocio, pues describe puntualmente la estrategia que será seguida para lograr los objetivos y obtener las ganancias deseadas.
  - Documentos financieros: los necesarios para que se detallen las cifras financieras que sustentarán las inversiones y préstamos.
  - Documentos de apoyo: cualquier tipo de documento importante que corrobore la información proporcionada en el plan de negocio, tanto de la empresa como de los propietarios.



### PLAN FINANCIERO

Un plan financiero es una herramienta indispensable utilizada para analizar la información económica de la empresa. Es decir, es un estudio que ayuda a conocer la viabilidad económica y financiera en diferentes perspectivas temporales en corto, medio y/o largo plazo.

La necesidad de contar con un plan financiero es para nuevos negocios y para compañías ya establecidas que deseen mantenerse y obtener mejores resultados. Así, el plan financiero deberá responder las preguntas ¿cuánto dinero se necesita?, ¿cómo conseguir financiación?, ¿cuánto se va a vender?, y ¿cuáles son los costos?

#### **Beneficios**

Las cifras y el control de los números son parte fundamental de cualquier negocio. Por lo tanto, el plan financiero reúne toda la información de corte económico para detectar la viabilidad de la empresa; sirve para organizar los gastos y ayuda a crear objetivos más certeros con el capital que se cuenta; además, se pueden obtener ahorros mediante inversiones.

Así mismo, el plan financiero analiza a detalle cada aspecto logrando el control de la compañía; de esta manera, se puede detectar si está cumpliendo con las condiciones de liquidez, rentabilidad y solvencia necesarias para tener una vida a largo plazo y no cerrar en el primer año.



### **Características**

El plan financiero es una estructura que detalla las herramientas de costos, finanzas, marketing y operaciones, las cuales tienen la finalidad de estructurar y desarrollar la empresa. Entre las características más importantes se encuentran la fidelidad en la imagen de la empresa, la cual se logra con la claridad y actualización de la contabilidad; ser realista y alcanzable con un orden lógico, cuyo objetivo es que después del momento de arranque se pueda mantener y no irse a los extremos; y, por último, la sencillez para ser seguido y utilizado por cada miembro del equipo de trabajo.

### **Fases**

Las fases se refieren a los tres pasos que deben seguirse en la elaboración de un buen plan financiero:

- **Análisis económico financiero:** la contabilidad debe ser correcta, fiel y actualizada a la situación de la empresa.
- **Elaboración de presupuestos:** deben conocerse los presupuestos de venta y saber cuánto se está invirtiendo. Una manera de realizarlo es en una hoja de cálculo (*Excel*) recabando los objetivos que se hayan fijado en un tiempo determinado.
- **Búsqueda y gestión de financiación:** es necesario buscar los recursos que serán el soporte de la compañía y saber cómo serán distribuidos.

### Desarrollo del plan

- Analizar la realidad actual de la empresa y del rumbo que se ha de tomar para cumplir los objetivos: en este momento se deberán definir las utilidades deseadas y las razones financieras, incluyendo plazo, liquidez y rentabilidad.
- Determinar los fondos necesarios en función del capital que requiere la empresa para consolidarse en un periodo de cinco años de vida: aquí se sabrá si el negocio puede mantenerse para que no cierre en el primer año.
- Pronosticar la disponibilidad de capital para un periodo de tiempo determinado, conociendo y analizando todas las opciones posibles, y detallando las fuentes proveedoras de recursos para el proyecto.
- Realizar un control sistematizado para destinar adecuadamente los recursos y, al mismo tiempo, comprobar que sean usados de manera certera, pues en algunos casos las empresas cierran en los primeros dos años por fugas del capital.
- Tener en consideración que el proyecto está expuesto a múltiples factores externos que pueden desviar el rumbo financiero marcado al principio, por lo que se deben presentar soluciones, como supuestos, y no caer en el error del caos.
- Fijar un sistema de compensación basado en el desempeño de los miembros del equipo. Lo más conveniente es crear un método que incentive y fomente la competitividad y la productividad de los implicados en la organización para conseguir los objetivos deseados.



## FINANCIAMIENTO

La expectativa de vida de los negocios en nuestro país es desmoralizadora, ya que si vemos la perspectiva, el 75% de los emprendimientos mexicanos colapsan después de dos años de ser creados. Es decir, de acuerdo con datos proporcionados por el INEGI, durante el año se crean 1.1 millones de negocios, de los cuales aproximadamente 884,000 mueren.

La razón de esta problemática se debe a que el 65% de las nuevas empresas fracasan por falta de ingresos, mientras que el 38% tiene dificultades con el financiamiento. Cabe mencionar que incluso para terminar con un negocio se pueden llegar a requerir hasta \$40,000 pesos para solventar gastos extraordinarios, y el proceso puede tardar un lapso de 2 años en concluir.

Si tu objetivo es buscar recursos para poder crear y financiar tu propia compañía, a continuación te compartimos las principales formas para hacerlo; hablaremos de las ventajas y desventajas, así como de los montos que se pueden llegar a adquirir, entre otras cosas, con la finalidad de que encuentres la opción que más se ajuste a tus necesidades según el momento en que se encuentre tu negocio.

### **Triple F**

Por su significado en inglés, *Friends, Family and Fools*, (Amigos, Familia y tontos-locos), se trata del primer recurso al que la mayoría de los emprendedores acuden cuando están decididos a dar marcha a su proyecto.



Consiste en pedir dinero a las personas que confían en ti, como familia, amigos, conocidos, etcétera. El monto aproximado que se puede obtener no suele pasar de los \$500,000 pesos.

Entre las ventajas que encontramos en este financiamiento se encuentran que los amigos y la familia son el entorno más cercano del emprendedor, por lo que puede ser más sencillo convencerlos para prestar apoyo al proyecto. Por lo tanto, se obtiene dinero de forma rápida y sin muchas complicaciones. Sin embargo, entre las desventajas tenemos el bajo capital que se puede obtener y la falta de consejos adecuados al provenir de personas sin vínculos con las inversiones profesionales.

### **Crowdfunding**

El Fondeo Colectivo, *Crowdfundig*, es un modelo de formación capital y participación de mercado. Consiste en subir el proyecto a plataformas en línea, en donde si es aceptado se publica para que los interesados puedan invertir en la idea. De esta manera, se obtienen apoyo de inversionistas, fondeadores y donantes.

Algunas plataformas a las que puedes acercarte son las siguientes:

- **Crowdfunder:** analiza el comportamiento de inversionistas dentro del sitio y genera un formulario guía para obtener su interés. Se pueden generar desde \$80,000 hasta \$2.5 millones de dólares.
- **Fondeadora:** puede recaudar fondos para cualquier tipo de proyecto. Los beneficiados obtienen un monto financiado con menos comisiones



a través de la iniciativa Arca Fondadora Creativa. Algunos proyectos pueden obtener \$1 peso por cada peso recaudado.

- Goteo: se encuentra disponible para cualquier persona u organización que busque financiación y colaboración en iniciativas creativas e innovadoras con carácter social, cultural, científico, educativo, tecnológico o ecológico. El financiamiento se consigue en dos rondas: una para la cantidad mínima y otra para un monto óptimo.

### **Capital semilla e inversionistas ángeles**

Son particulares que desean ayudar al ecosistema emprendedor. También se les conoce como *Smart money* o *dinero inteligente*, ya que además de invertir dinero en las nuevas compañías, aportan consejos, asesorías y talleres. Para obtener su apoyo, es necesario cubrir tres requisitos fundamentales: tener una gran idea (que tenga visión, experiencia laboral y pasión), contar con un plan de negocios bien estructurado, y esclarecer reglas (es clave que exista una buena relación entre inversionistas y emprendedores).

La gran ventaja de esta opción de financiamiento es que se trata de dinero inteligente, es decir, que además puede aportar contactos que resulten importantes para el nuevo negocio. Sin embargo, no hay que olvidar que esos grandes montos son limitados.

### **Venture Capital**

Son todas las inversiones que se hacen a través de acciones que sirven para financiar compañías de pequeño o mediano tamaño, normalmente *startups*,



empresas que tienen pocos años de vida y se encuentran en su primera fase temporal. El *venture capital* tiene cinco etapas que a continuación te mencionaremos:

- Recaudación de fondos: dura entre 6 meses y 1 año. La entidad de capital de riesgo busca fondos de los inversionistas.
- Búsqueda de inversiones: una vez que el fondo del capital del riesgo es cerrado a nuevos inversionistas, se empiezan a buscar oportunidades de inversión. Se diseñan las comisiones y puede durar hasta 5 años.
- Compromiso de inversión: aquí se decide en cuál compañía se va a invertir y cuánto dinero se va a destinar a ella. Esta etapa suele coincidir en el tiempo marcado con la etapa anterior y dura entre 3 y 5 años.
- Gestión de inversiones: en este momento ya todo el capital ha sido invertido; los riesgos se vuelven latentes al mismo tiempo que comienzan a surgir los beneficios.
- Liquidación del fondo: el fondo se cierra y los beneficios son distribuidos entre los inversionistas y las comisiones.

### **Financiamiento gubernamental**

Son recursos que provienen del sector público hacia el ecosistema emprendedor a través del INADEM, Instituto Nacional del Emprendedor, algunos de ellos a fondo perdido.

Los créditos que ofrecen las instituciones de banca múltiple son una opción de financiamiento viable para la adquisición de maquinaria y herramientas



de trabajo, para la compra de mercancías y materias primas. Los montos son determinados según la necesidad y la capacidad de pago del emprendedor, y los plazos varían entre los 6 y 60 meses.

La mayoría de las instituciones no solicitan garantías hipotecarias, sino avales o herramientas de trabajo. Estos créditos se pueden gestionar individual o grupalmente a ciertos bancos o algunas sociedades, tales como Sociedades Financieras Populares (SOFIPO), Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (SCAPS), y Sociedades de Objeto Múltiple (SOFOM).

## PLAN DE MERCADO

Si eres un emprendedor o empresario formal seguramente has oído hablar sobre lo que es el *mercado*. Es un término que da nombre a los clientes deseados por un negocio, y un plan de mercado o mercadeo es una estrategia y forma de comercializar los productos y servicios que ofreces a tu mercado meta. Es decir, el plan de mercado es la guía que se sigue para lograr llegar al público objetivo.

Dicho plan requiere un estudio concienzudo que, si se elabora de forma honesta, clara, objetiva y detallada, se transforma casi en una receta para lograr los deseos máximos de toda empresa: vender sus productos, crear o satisfacer una demanda, y mantenerse activa en el mercado.

El plan de mercado debe realizarse de la mano de profesionales con base en observaciones, experiencias, experimentos y resultados. Además, debe plasmarse por escrito para evitar confusiones y seguirse al pie de la letra. Esto dará resultados si se elabora de forma adecuada. Lo primero que debes saber es que un plan de mercado debe contener los siguientes elementos: *metas y objetivos, análisis de mercado, empaque, fijación de precios, estrategia de ventas (en cualquier modalidad), publicidad, relaciones públicas y servicio al cliente*. A continuación te hablaremos acerca de cada uno de ellos detalladamente.





### **Metas y objetivos**

Las metas y objetivos son pautas que se marcan y se establecen para saber a qué lugar se desea llegar. Es una orientación hacia los resultados que queremos obtener. Por lo tanto, lo primero que habrá que hacerse es definir metas específicas, realistas y medibles en un determinado tiempo, lo cual servirá como evaluación sobre el negocio en un periodo establecido.

En el plan de mercado, las metas y objetivos deben ser explicadas ampliamente. Para definir las puedes ayudarte contestando cinco preguntas claves: ¿quién, qué, dónde, cuándo y cómo? Esto es, ¿quiénes son tus clientes?, ¿qué vendes?, ¿dónde se encuentra tu mercado objetivo, es decir, el que realmente se convertirá en tu cliente?, ¿cuándo compran más los clientes? y ¿cómo (forma) alcanzarás a tus clientes?

### **Análisis de mercado**

Se trata de un estudio que te arrojará datos sobre tu mercado objetivo, tu competencia y las tendencias del mercado, tres elementos fundamentales. De esta forma, debes identificar tu mercado a alcanzar y sus características (dónde viven, qué hacen, cuántos años tienen, qué les gusta, qué no les gusta, qué los hace felices, cuáles son sus ingresos, qué grado educativo tienen), así como conocer si están agrupados de alguna manera que los una a todos.

Por otro lado, si hablamos de la competencia, habrá que conocer a quienes están haciendo lo mismo que tú o algo similar, saber exactamente qué es lo que hacen, cómo se mueven, qué ofrecen y por qué costo, en dónde y con

quién se anuncian, y cómo es su actividad en internet, pues en la actualidad no hay casi ningún negocio que se conciba sin considerar su presencia en la web, por pequeño que pueda ser. Es decir, hay que hacer una radiografía de las empresas que son tu competencia real.

Un tercer punto vital es evaluar las tendencias de mercado, es decir, lo que la gente desea por cualquier razón, conocer estos motivos, entender por qué sigue en aumento este deseo y más gente se suma, etcétera; esto es lo que crea las tendencias de mercado. Además, en este apartado entra en juego la psicología del cliente, el lugar en dónde vive, sus gustos y la situación cultural, por mencionar algunos.

Para recopilar todos estos datos de forma práctica y simple existen estudios de mercado que se realizan a través de encuestas, cuestionarios y/o grupos focales. Su objetivo es reducir tiempos y prevenir futuros fracasos debido un mal análisis. Y en este sentido, se te recomienda hacer una base de datos con toda la información recopilada. Esto ayudará porque, además de mantener seguros y ordenados estos datos, podrás ver después de una temporada cómo empezó tu empresa, cómo ha mejorado y cómo puede seguirlo haciendo, cómo podría transformarse, cómo van las finanzas y las ventas, etcétera.

### **Empaque**

El empaque es una imagen, y una imagen dice más que mil palabras en muchas ocasiones. El empaque es muy importante para el cliente, pues es la carta de presentación. Es la imagen de tu producto o servicio, de tu compañía, de tu equipo de trabajo y de ti mismo. Y este empaque deberá determinarse según el giro, las características de la empresa y las necesidades de empaque del producto.

### **Fijación de precios**

El precio del producto o servicio determinará el flujo económico que entre en la empresa. Por lo tanto, la fijación de precios es una de las actividades más importantes en el plan de mercado. En ella deben considerarse los precios más altos y más bajos de los productos, es decir, poner parámetros para que los precios oscilen entre ellos. Los precios más bajos que puedes ofrecer como empresa de cualquier manera tendrán que redituarte ganancias; los precios más altos serán establecidos por los clientes cuando tú conozcas qué tanto están dispuestos a pagar por lo que les ofrece tu compañía.

Así mismo, en la fijación de precios debe tomarse en cuenta la oferta y la demanda del producto o servicio, así como las decaídas inminentes que por temporadas puedan sufrir. De esta manera, los precios ideales deberán encontrarse entre el parámetro más bajo y el más alto en costos.

Otro factor que determinará la fijación de precios son las características de tu negocio y del público objetivo y sus necesidades, es decir, si es para personas

con altos niveles económicos o con menos recursos, si tu empresa ofrece un plus comparada con la competencia, etcétera. Si no es de esta forma, tendrás que establecer si tus precios son iguales a los de la competencia pero ofreces una mejor calidad que será la que llevé hasta ti a tu público meta.

### **Estrategia de ventas** (en cualquier modalidad)

La estrategia de ventas tendrá que ser descrita detalladamente considerando las dos formas de ventas que existen: directas e indirectas. Ambas maneras de trabajar tienen ventajas y desventajas. La elección entre una, otra o ambas será determinada por el giro y las necesidades de la empresa, aunque contar con las dos en realidad sería lo ideal. Por lo tanto, habrá que conocer nuestras vías de ventas y la forma en que los productos se harán llegar a los clientes para atender bien ese punto y lograr cerrar exitosamente.

Las ventas directas se refieren a todas aquellas que se llevan a cabo en lugares físicos en donde existen un vendedor y un comprador reales, que intercambian palabras y que realizan la acción de forma directa. Aquí destacan los promocionales físicos, la exposición en eventos, conferencias o exposiciones, y la propaganda en la calle.

Para lograr una buena estrategia de ventas en el campo directo es necesario prestar atención en las formas, como el diseño y la imagen de todo el producto o servicio, ya que al ser ventas directas, lo que ofreces quedará más expuesto a la crítica.

Por otro lado, las ventas indirectas son aquellas que no se hacen físicamente, es decir, no existen vendedores ni compradores reales en el mismo espacio y tiempo. Existen varios tipos de ventas indirectas: por correo postal, menos frecuentes y muy costosas; por correo electrónico, más comunes y baratas; y a través de internet directamente. Algunas de estas últimas se afianzan en las redes sociales para lograr un gran impacto. Las ventas indirectas también ofrecen ventajas que las directas no tienen, como descuentos exclusivos. La idea con esta clase de ventas es atraer al mercado y lograr que regrese.

Las ventas por internet pueden hacerse a través de mercadeo con filiales, es decir, páginas web no directamente de la empresa, sino de otras que se dedican al comercio y que sirven como escaparate para productos o servicios de otras compañías, además de ser intermediarias entre la empresa y el cliente. Aquí encontramos negocios como amazon, mercado libre, etcétera.

Por otro lado, también existe el mercadeo recíproco y el mercadeo viral. El primero funciona a través de comunidades de ventas en las que los clientes compran a una empresa que a su vez promociona a otra. El segundo prácticamente se genera sin ninguna ayuda, es decir, el producto mismo se vende por sí solo, pues su popularidad aumenta en demasía y sus bondades se transmiten de boca en boca o a través de internet.

Cualquiera que sea tu estrategia de ventas deberá quedar bien establecida en tu plan de mercado. La elección dependerá una vez más del tipo de empresa que lideras y sus necesidades en un tiempo específico.

## Publicidad

La publicidad es algo que tendrás que manejar con pinzas, ya sea propaganda física o virtual. Y una vez más, su utilización dependerá de las características, necesidades, giro y objetivos de tu empresa. En general, la publicidad es bastante costosa y lo mejor es que la realice un profesional, pues tiene que dar exactamente en el clavo para que tenga el efecto deseado; de lo contrario pasará inadvertida y será dinero tirado a la basura.

Para crear una campaña publicitaria exitosa tendrá que estar bien definido el producto que se desea promocionar y el público al que quiere hacerse llegar. Por lo tanto, será necesario un estudio específico de ese mercado meta para esa publicidad en particular; el objetivo es hacerla llegar de forma directa y en el lugar justo para que ese público se transforme en cliente.

La publicidad es muy variante en cuanto a formas y costos. La propaganda tradicional incluye la televisión (lo más caro en publicidad), radio (muy popular debido a su demanda entre tiempos muertos durante el día), impresos (revistas y periódicos de carácter local, nacional e internacional según sea el caso), y publicidad extrema (espectaculares, parabuses, etcétera, debiendo ser lo más sencillo posible para que a la distancia pueda verse y logre un impacto en cuestión de segundos).

Así mismo, la publicidad en línea también se ha vuelto importante para las empresas. Quienes tienen presencia en internet ya van un paso adelante sobre quien no la tiene. Este tipo de publicidad incluye banners en sitios web muy



visitados, los más populares y con mejores resultados (aunque algo molestos para los visitantes del sitio), propaganda PDA y portales.

### **Relaciones públicas**

Uno de los principales objetivos de las relaciones públicas es dotar de mayor credibilidad a una empresa a través de vías más discretas que la publicidad directa. Organizar eventos o ser visible en algunos otros suele traer mejores resultados que los anuncios hechos claramente como publicitarios.

Las relaciones públicas se pueden tejer de cinco formas principalmente: presencia en línea, eventos, hacer públicos los eventos, comunicados de prensa y establecimiento de contactos.

La presencia en línea por sí sola logra poner en el mapa a la empresa, lo cual la adelanta un paso sobre las que no la tienen. Si además de la simple presencia en línea se crea una comunidad en torno a la empresa de personas con intereses similares que se pueden convertir en clientes, los resultados suelen ser exitosos, ya que normalmente nacen discusiones que pueden beneficiar al producto o servicio.

Los eventos, por su lado, siempre dan presencia a las empresas, ya sean en vivo o por internet. Además, sirven para seguir siendo populares entre los clientes ya ganados y también para enamorar a futuros compradores.

Ahora bien, el hacer públicos estos eventos ayudará a la empresa. Se trata de lograr que la prensa se interese en cubrir los eventos y logros de la compañía;

las coberturas casi siempre son gratuitas y tienen efectos positivos entre el público.

Respecto a los comunicados de prensa, es necesario que conozcas la variedad de medios que te rodean, sus características, sus líneas editoriales y, en general, lo que puedes obtener al establecer relaciones públicas con ellos. Nuevamente, todo dependerá de las necesidades de tu compañía. Existen periódicos, revistas, agencias de noticias, radio y televisión; todos son casi siempre una buena opción, ya que son de corte periodístico y el tener presencia en esos medios dará a tu empresa otro prestigio dentro del inconsciente de las personas.

Establecer contactos es fundamental para mantenerte vigente en el mercado, además de permanecer en sintonía con otras empresas o interesados en cosas similares a ti. De esta forma, es claro que no debe existir un aislamiento, ya que puede verse afectado tu negocio; al contrario, las relaciones con los contactos vuelven más dinámico tu ambiente y gracias a ellas puedes trabajar casi desde cualquier lugar al establecer una red de contactos. Se trata de dar y recibir, es un intercambio de información que a todos beneficia. Por lo tanto, habrá que establecer contactos con la comunidad de empresas en general, con el público y con colegas especializados.



### **Servicio al cliente**

Cualquiera de nosotros como clientes siempre esperamos un trato digno y respetuoso de parte de las empresas a las que consumimos sus productos y servicios. Además, esperamos que cada una de nuestras dudas, preguntas, aclaraciones o problemáticas sean respondidas de forma efectiva, clara, oportuna y amable. De eso se trata una buena empresa que se preocupa por su mercado.

Para que logres dar el servicio al cliente que tu público desea tendrás que esclarecer horarios, maneras y lugares para realizar esta actividad. Así, será un beneficio tanto para tu empresa como para tu mercado. Es menos costoso retener clientes felices que sumar nuevos, así que el servicio al cliente efectivo es vital para el funcionamiento de tu negocio.