



Empresario de Vista Sesión 3

¿Cómo Crecer su Solución?

Aaron McDonald PhD

Agenda de la 3er Sesión

- ❑ ¡El Fin (Casi)!
- ❑ Licencias y Permisos para Negocios
- ❑ Plan de Negocios
 - ▶ Análisis del Mercado
 - ▶ Línea de Servicio o Producto
 - ▶ Mercadotecnia
 - ▶ Finanzas y Solicitudes de Fondos
- ❑ Estrategias de Crecimiento
- ❑ Recursos

Licencias y Permisos para Negocios

❑ Licencias: Liliana Montes

- ▶ Analista en la División de Licencias en el Departamento de Finanzas
- ▶ El departamento administra licencias nuevas y existentes
- ▶ lmontes@cityofvista.com / 760-643-5358 línea directa

❑ Permisos: Patsy Chow

- ▶ Directora Adjunta de Desarrollo de la Comunidad, Planificadora de la Ciudad.
- ▶ El departamento tiene 3 divisiones: servicios de desarrollo, planificación, y construcción
- ▶ pchow@cityofvista.com / 760-643-5390 línea directa

Plan de Negocio

- ❑ ¿Por qué?
 - ▶ Organizarse
 - ▶ Es necesario para solicitar fondos y programas de becas
- ❑ Dos maneras
 - ▶ Tradicional (bancos, becas)
 - ▶ *Lean Startup* (bueno para evaluación de ideas)
- ❑ Recursos
- ❑ <https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/write-your-business-plan>

Plan de Negocios Tradicional

- ❑ Resumen ejecutivo
- ❑ Descripción de compañía
- ❑ **Análisis de mercado**
- ❑ Organización y Administración
- ❑ Línea de Producto o Servicio
- ❑ **Mercadotecnia y Ventas**
- ❑ **Solicitando Fondos**
- ❑ **Pronósticos de finanzas**

Análisis del Mercado

- ❑ Necesidad del mercado: ¿cómo se alinea lo que ofrece con las necesidades del mercado?
 - ▶ Estos cambian con el tiempo, desviaciones ocurren
 - ▶ Necesita suceder periódicamente

- ❑ Identifica ingresos potenciales, esfuerzos en mercadotecnia, desarrollo de producto
- ❑ Excelente para evaluar diversificación y expansión
- ❑ Frecuentemente requerido para solicitar fondos y becas

Mercado de Enfoque

- ❑ Entender el problema es el primer paso
- ❑ Hay muchos grupos que pueden ser su mercado de enfoque
- ❑ Es importante identificar cuales grupos son su mercado de enfoque
- ❑ Este grupo tendrá necesidad por su producto y la disposición para comprarlo

Identificando su Mercado de Enfoque

- ❑ Al entender mejor las necesidades de los clientes/alineación del producto, puede enfocarse más
- ❑ Demográficas del consumidor: edad, ingreso, profesión, ubicación, intereses, valores, etc.
- ❑ Características del negocio: tipo de industria, cantidad, tamaño
- ❑ Al inicio, apunte en grande
 - ▶ Sea realista, pero no elimine a un grupo demasiado rápido
- ❑ Luego compare

Identificando su Mercado de Enfoque

- ❑ Tal vez ya tenga información sobre su mercado de enfoque
 - ▶ Medios sociales: accede métricas demográficas (depende de la plataforma)
 - ▶ <https://revealbot.com/blog/facebook-audience-insights/>
 - ▶ Análisis de página de internet: Análisis de Google
 - ▶ <https://moz.com/beginners-guide-to-google-analytics>
 - ▶ CRM y otra información del cliente
 - ▶ Observaciones en general
- ❑ Esta información puede ser extremadamente valiosa
- ❑ También puede ser limitante
 - ▶ ¿Prejuicio de éxito? Sólo tiene información de clientes que ya lo conocen.
 - ▶ ¿Y qué de la información de grupos que no son sus clientes?

Que tan grande es el Mercado de Enfoque: Consumidor

- ❑ Base de datos gubernamentales *SBA*
 - ▶ <https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/market-research-competitive-analysis#section-header-4>
 - ▶ Demográfica: Censo EEUU
 - ▶ <https://data.census.gov/cedsci/>
 - ▶ Gastos del Consumidor: Departamento de Estadísticas Laborales
 - ▶ <https://www.bls.gov/cex/>
- ❑ Estos darán una estimación más alta. Probablemente no captarán el segmento entero.
- ❑ Cuánto es razonable
 - ▶ Competencia y sustitutos

Que tan grande es el Mercado de Enfoque: Negocios

- ❑ Industria: Censo EEUU
 - ▶ <https://data.census.gov/cedsci/>
 - ▶ Códigos industriales: <https://siccode.com/>, Censo utiliza *NAIC*

- ❑ *ThomasNet*: thomasnet.com
 - ▶ Base de datos industrial para proveedores y productos

- ❑ Publicaciones y revistas sobre el comercio
 - ▶ Pueden ser regionales
 - ▶ Ej. Turismo de San Diego: <https://www.sandiego.org/about/industry-research.aspx>

- ❑ Google, mapas de Google

Identificando la Competencia

- ❑ Identificación es importante
 - ▶ Ayuda a entender la participación en el mercado, precios, opciones
- ❑ Google es su amigo, al igual que Yelp, medios sociales, usted conoce estos sitios, toma tiempo repasarlos
- ❑ Averigüe cuáles son los temas de sus mensajes (problema/necesidad), cuál es el mercado de enfoque, productos, precios

Clasificando los Mercados de Enfoque

- ❑ Puede encontrar varios grupos potenciales
 - ▶ ¿Cuál grupo de personas debería escoger?
- ❑ Tamaño de mercado: cuantos clientes de este tipo existen
- ❑ Pago por valor: qué tan probable y cuanto piensa que pagarán
- ❑ Accesibilidad: qué tan fácil es encontrar, contactar, y convencer a clientes en este segmento
- ❑ Competencia: qué tan lleno está este segmento
- ❑ Clasifique del 1 al 3 para cada grupo. Escoja al grupo con mayor puntuación

Tabla de Mercado de Enfoque

- ❑ Ej. Pequeña producción de un tequila nuevo
- ❑ Otras categorías son probables
- ❑ Un mayor valor es mejor

Grupo	Tamaño de mercado	Pago por Valor	Accesibilidad	Presencia Competitiva
Jóvenes profesionistas	3	3	2	2
Estudiantes universitarios	1	1	3	1
Adultos jubilados	2	2	1	3

Haciendo Sentido del Mercado de Enfoque

- ❑ Puede encontrar que está haciendo bien dentro de ciertos grupos y no en otros
 - ▶ ¿Por qué? ¿Es un problema de necesidad o alineación de producto? ¿Mercadotecnia?
 - ▶ ¿Vale la pena el esfuerzo?
- ❑ ¿Es su mercado de enfoque suficientemente grande?
 - ▶ ¿Ocupa un mercado de enfoque diferente? ¿Cómo se alinea su producto? ¿Ocupa diversificar o modificar?
- ❑ ¿Está su mercado de enfoque demasiado saturado? ¿Demasiada competencia?
 - ▶ Si es así, ¿cómo se compara contra la competencia? ¿Qué es un segmento del mercado razonable?

Mercadotecnia

- ❑ ¿Cómo alcanzará su mercado de enfoque?
- ❑ ¿Que les dirá?

Pasos de Mercadotecnia

- ❑ Identifique su mercado de enfoque
- ❑ Entienda a sus clientes (listo)
 - ▶ Problemas, experiencias, emociones
- ❑ Desarrolle su mensaje de mercadotecnia
- ❑ Entregue su mensaje
- ❑ Elabore un presupuesto

Mensaje de Mercadotecnia

- ❑ Es difícil y toma refinamiento
- ❑ Ocupa una promoción rápida (10 segundos, 30 segundos)
 - ▶ Qué problema resuelve y cómo (es una promoción)
- ❑ Mensajes para diferentes tipos de canales de mercadotecnia
 - ▶ Contacto directo y seguimiento, medios sociales, eventos promocionales
 - ▶ El canal tiene que alinear con el mercado de enfoque
 - ▶ Gente joven ya no están en Facebook

Mensaje de Mercadotecnia

- ❑ ¿Cuál es su mensaje de mercadotecnia?
 - ▶ Ya ha hecho el trabajo necesario
- ❑ Conozca su audiencia y sus problemas
- ❑ Enfóquese en un mensaje simple. Resalte el problema y la solución
- ❑ Sea diferente de la competencia/sustitutos
 - ▶ ¿Por qué deberían de escoger lo suyo sobre otras opciones?
- ❑ Utilice las emociones
 - ▶ Debería de saber las emociones de sus clientes, utilice esto
- ❑ Ex. <https://www.ispot.tv/ad/oAZ4/shady-rays-two-pairs>

Finanzas y Solicitudes de Fondos

- ❑ Las finanzas son increíblemente importantes
 - ▶ Todos tienen costos de oportunidad, ocupan asegurar que valga la pena
 - ▶ Realizar presupuestos, definir precios, ayuda a tomar mejores decisiones
 - ▶ Requerido para solicitar fondos, becas, inversionistas

Costos Financieros

- ❑ Empiece aquí
- ❑ <https://www.sba.gov/business-guide/plan-your-business/calculate-your-startup-costs>
- ❑ <https://www.sba.gov/breakevenpointcalculator>

- ❑ Consejeros de negocios
- ❑ <https://www.sba.gov/local-assistance/find>

Solicitando Fondos

- ❑ Fase semilla (*seed level*)
 - ▶ Fundadores
 - ▶ Familia y Amistades
 - ▶ Inversionistas ángeles (*angel investors*)
- ❑ Crecimiento
 - ▶ Financiamiento de deudas (préstamos bancarios)
 - ▶ Muchos tipos diferentes, porcentajes de interés, planes de repago
 - ▶ Financiación colectiva
 - ▶ Capital emprendedor

Crecimiento

- ❑ Diversificación
 - ▶ Producto
 - ▶ Geografía
- ❑ Tiene que reiniciar el proceso
 - ▶ Evaluar el problema, solucionar un problema con el producto, recursos, competencias clave, relaciones de industria, etc.
- ❑ Esto toma tiempo y esfuerzo

Estrategias de Diversificación

- ❑ **Producto Individual:**
 - ▶ Ventaja: Enfocado, simple
 - ▶ Desventaja: Alto riesgo
 - ▶ Típico para empezar

- ❑ **Diversificación relacionada:** productos o servicios similares
 - ▶ Ventaja de especialización: utiliza el conocimiento obtenido, relaciones con los proveedores, relaciones con los clientes, experiencia y añade valor
 - ▶ Protege contra el riesgo
 - ▶ Utilizado para el crecimiento/expansión

- ❑ **Diversificación no relacionada:** Varios productos o negocios sin relación
 - ▶ Más protección contra el riesgo, *no hay causa común para el fracaso
 - ▶ Pierde ventajas de especializaciones, *puede perder las ganancias en riesgos

Becas y Apoyo Federal

- ❑ *SBA* (Administración de Pequeñas Empresas)
 - ▶ Consejeros de negocios <https://www.sba.gov/local-assistance/find>
 - ▶ Becas y préstamos <https://www.sba.gov/funding-programs>
- ❑ *SCORE*: Organización nacional con presencia en San Diego
 - ▶ Voluntarios que guían negocios pequeños y empresarios
 - ▶ <https://www.score.org/>
- ❑ Oficina de Dueñas de Negocios
 - ▶ <https://www.sba.gov/business-guide/grow-your-business/women-owned-businesses>
- ❑ Programa *HUBZone*
 - ▶ <https://www.sba.gov/federal-contracting/contracting-assistance-programs/hubzone-program>
 - ▶ <https://maps.certify.sba.gov/hubzone/map#center=33.185015,-117.240478&zoom=13&q=Vista%2C%20CA%2C%20USA>
- ❑ Muchos grupos: Minorías, Indígenas, Veteranos, LGBT, Rural
 - ▶ <https://www.sba.gov/business-guide/grow-your-business/get-more-funding>

Becas y Apoyo Local

- ❑ Corporación de Desarrollo Económico del Condado de San Diego (*EDC*)
 - ▶ <https://www.sandiegobusiness.org/>
- ❑ Corporación de Desarrollo Económico del Norte de San Diego (*EDC*)
 - ▶ <https://www.sdnedc.org/>
- ❑ Cámara de Comercio de Vista
 - ▶ <https://www.vistachamber.org/>
- ❑ Construyendo Negocios Juntos/*Building Business Together* (Grupo de empresarios)
 - ▶ <https://www.bbnorthcounty.com/>
- ❑ Mujeres en Conexiones del Norte del Condado / *North County Women in Networking* (conexiones de negocio)
 - ▶ <https://www.northcountywomen.com/>

Taller Sesión 3 Asignación

- ❑ Termine su plan de negocio
- ❑ Trabaje en ello, piense en lo que traerá el futuro cercano, qué priorizar, cómo seguir adelante

La Conclusión

- ❑ Taller 3 Asignación
- ❑ Gracias