



Workforce Solutions



MC MASSCHALLENGE



BOOTCAMP PARA MUJERES EMPRESARIAS



Workforce Solutions is an equal opportunity employer/program. Auxiliary aids and services are available upon request to individuals with disabilities. (Please request reasonable accommodations a minimum of two business days in advance.) Relay Texas Numbers: 1.800.735.2989 (TDD) 1.800.735.2988 (voice) or 711

Workforce Solutions es un empleador/programa de igualdad de oportunidades. Las personas con alguna discapacidad podrán solicitar asistencia y servicios auxiliares. (Por favor solicite acomodaciones razonables 48 horas con anticipación.) Retransmisión de Texas: 1.800.735.2989 (TDD) 1.800.735.2988 (voz) or 711

Día 2 - Transcripción

Workforce Solutions

viernes 30 de mayo, 2021.

>> .

>> Buenos días, señoritas, ¿cómo están?

>> Buenos días.

>> Me encanta que ustedes llegaron puntuales [risas]. ¿Quiénes faltan? Veo que ya está Jamie, Janet. Perfecto. Buenos días, buenos días. A ver... Está Jamie, está Janet. Bueno, vamos a ir empezando. Espero que estén listas para el segundo día de este seminario. Quería hacerles una pregunta, con qué se fueron ayer. Esta información nunca la había pensado, nunca lo había escuchado. ¿Qué es algo que les impactó? Lo pueden abrir sus micrófonos o lo pueden poner en el chat.

Bueno, ahí lo van poniendo en el chat. Y hoy tenemos un día lleno de contenido también. Es nuestro último día de este evento. Vamos a empezar con la sostenibilidad financiera. Tenemos una presentación muy, muy, muy buena de Jennifer Dale, y después de eso vamos a seguir con las

oportunidades de financiación y subvenciones. Vamos a tomar un break corto y luego vamos a movernos a lo de mercadotecnia. Les pido que, por

favor tengan sus cuadernos, sus libretas. Porque sé que es mucha información para un día, escuchar esto nuevo. Pero mañana o el día pasado, se van a sentar y van a decir, tengo que repasar mis notas, dónde me tengo que centrar para incorporarlo a mi negocio. Les voy a presentar de una vez a Jennifer Dale. Es la vice presidenta de administración de préstamos. Y se enfoca en trabajar con negocios pequeños en Houston.

Jennifer, cuéntanos un poquito más de la organización y te paso el micrófono también para que empieces tu presentación.

>> Muchas gracias, muchas gracias. Como bien decía Michelle, soy Jennifer Dale y soy la vicepresidenta de administración de préstamos. Es una organización, bueno vamos a hablar un poquito más de eso en un ratito. No voy a tardar para empezar, porque realmente tenemos mucho, mucho qué hablar hoy y muy poco tiempo. Y como dijo Michelle, sé que va a ser mucha información, pero al final de la presentación, vamos a hacerles llegar algunos formularios con todas las cosas que estamos hablando hoy.

Y también pongo a su disposición los recursos del sitio web, pueden encontrar personas que pueden ayudarles, como también otros formularios que pueden ayudar con el proceso que se están embaucando ahorita.

Entonces, sin darle más vueltas al asunto. Voy a compartir mi pantalla. Si alguien me confirma que sí lo pueden ver, por favor.

Muy bien, vamos a empezar, primero que todo, con darle gracias a Worforce Solutions por organizar este evento que es de tanto impacto para las mujeres emprendedoras que queremos empezar con nuestro propio negocio.

Lo que me han solicitado es que hable sobre cómo buscar oportunidades y la estabilidad financiera para hacer un negocio. En particular, las metas del aprendizaje de hoy, son cómo podemos identificar fuentes de ingreso para nuestro negocio. Y cómo lograr esos primeros negocios.

También vamos a hablar de la importancia de los presupuestos, los presupuestos contables y el grado de pérdidas y ganancias. Y también, como último punto, identificar algunas fuentes de capital que pueden ayudarle a lanzar su negocio, ¿verdad?

De esa manera, eso es una pequeña agenda para nosotros. Vamos a empezar con el primer módulo, que es su módulo de negocio. Y segundo módulo que vamos a hablar es sobre su negocio, los estados financieros. Les voy a dar una tarea, la tarea es para ustedes, no me la tienen que entregar, para que

ustedes puedan tener un instante para reflexionar y poner en práctica lo que vamos a hablar por el bien de sus negocios, ¿verdad?

Voy a ir un poco rápido porque, como digo, hay muchas, muchas cosas que quiero compartir con ustedes. Voy a pedir, cuando voy a presentar, no voy a poder ver sus caras, entonces, si tienen preguntas si las pueden poner en el chat. Y voy a pausar de vez en cuando para ver el chat y asegurar si estamos contestando las preguntas, si así lo prefieren. Veo que las cabezas dicen que sí.

Entonces, voy a presentar la presentación ahora. Eso hará que sea un poco más grande para ustedes. Ya. Entonces, rapidito, acerca de la empresa, el propósito es transformar vidas, abriendo fundoes, nuevelando las escalas financieras y construyeron la comunidad de e éxito compartido. Por más de 25 años hemos estado apoyando a emprendedores diversos con acceso a préstamos para negocios pequeños, además de herramientas y recursos para ayudarlos a empezar, crecer y prosperar.

Aquí tenemos una foto, la más alta ejecutiva de la empresa. También quiero dar gracias a los materiales que vamos a presentar hoy, es parte de un curso que tenemos que es Grow Now, que su propósito es empoderar a los emprendedores un recursos para fortalecer los negocios.

Vamos a empezar con el primer módulo, se trata de su módulo de negocios. La meta de esta parte es aprender cómo usar el módulo de negocios para comprender mejor las fortalezas y debilidades de tu negocio. Nos enfocaremos en cómo identificar tu propuesta de valor y cómo aumentar tus ventas.

Esto es el lienzo del modelo de negocios. Lo pueden ver claras, ¿o no? ¿Sí? Ok. Ok. Vamos a empezar por la parte que está aquí al lado derecho. Lo primero que tenemos que ver es a quién queremos servir. A quién queremos servir, quién es la persona que nosotros imaginamos que tienen una necesidad. Y con eso, cómo es que nosotros vamos a cumplir con esa necesidad, la propuesta de valor que nosotros tenemos.

Van a ver algunas flechas aquí, esas flechas son los canales de comunicación con el cliente que queremos atender. También la relación con el cliente, ¿verdad? Toda esa parte junta, es lo que va a generar un ingreso para nosotros, ¿verdad? Entonces, toda la parte que está al lado derecho es para nosotros entender cómo es que nosotros realmente vamos a hacer dinero. A quién vamos a servir, qué necesidades vamos a cubrir para ellos, cómo vamos a hacer

les saber de la propuesta de valor y es lo que nos va a identificar cuál va a ser nuestra oportunidad de generar un ingreso.

Ya cuando tenemos la idea, el cómo vamos a generar el ingreso, tenemos que pasar al lado izquierdo, cuáles son las actividades claves, qué es lo que vamos a hacer, ¿verdad? Y cuáles son los recurso claves que necesitamos para cumplir con ese trabajo. Eso nos va a dar a entender cuáles son los aliados claves que necesitamos y cuáles van a ser los costos que nosotros tenemos para poder cumplir con la propuesta de valor que nosotros tenemos.

Pero pueden ver que en medio de todo, en medio de todo está la propuesta de valor. Entonces, todo ese lienzo es para pintar el panorama de cómo vamos a lograr la propuesta de valor que está aquí al centro de todo, ¿verdad?

Entonces, para contestar algunas preguntas, tenemos... Para identificar el segmento de clientes, las preguntas claves que se van a hacer, ¿quién es tu audiencia? ¿Qué es lo que nos define? Será que hay más de una audiencia que va a tener en cuenta, ¿verdad? Por ejemplo tenemos las personas que quieren el préstamo, pero también una audiencia que quiere una mayor educación sobre cómo lanzar un negocio. Como también

tenemos un segmento, un listado de clientes que son, por ejemplo, condados u organizaciones gubernamentales que quieren apoyar a las personas que quieren emprender un negocio, ¿verdad? Cómo atendemos a cada uno de estos segmentos, ¿verdad?

La siguiente pregunta que tienen que hacer es, ¿cuáles son las necesidades que vamos a resolver o que su negocio va a resolver para esos clientes? ¿Qué es lo que a usted le va a hacer diferente que todos los demás? En un momento cuando me estaban entrenando hace muchos años aquí, la directora en ese momento, en la oficina de Houston, donde yo trabajo, me preguntaba, pregunte si hay diez centros de cuidado de niño, entre su casa

y su trabajo, ¿por qué escogerías a la que estás solicitando el préstamo, por encima de los otros nueve? Entonces, cuál es la necesidad, el centro de atención al niño, cuál está resolviendo que no lo están resolviendo de otra manera los otros nueve, que igual me quedan en el camino. ¿Qué es lo que hace diferente a esa empresa?

Es una respuesta que, al arrancar un negocio, ustedes tienen que tener muy claro. Uno de los mejores ejemplos que yo puedo pensar; no sé si ustedes conocen la franquicia de [inaudible], que está sobre las carreteras en Texas. Una de las cosas que, cuando ellos arrancaron, la necesidad más básica en la carretera eran baños limpios. Ahora se ha vuelto toda una cadena de cosas muy especiales y todo eso. Pero al principio, la primera necesidad

que ellos contestaban, era la necesidad de tener un baño limpio, seguro, sano, en la carretera abierta. Y es lo que anunciaban, antes de 100 millas, veás los rótulos, aguántate que viene un baño limpio que usted puede confiar, que hay un baño limpio para usted.

Para mí es un ejemplo tan claro de cómo, gasolineras había, tiendas había, lo que no había eran baños limpios, entonces, ellos resolvieron esa duda y con eso empezaron a resolver su propuesta de valor y empezaron una franquicia bien fuerte.

Bueno, entonces, hablando de los rótulos que teníamos aquí, la siguiente pregunta es cómo usted va a comunicar y entregar la propuesta de valor a un segmento de clientes. Cuáles van a ser los canales de

comunicación, de distribución, de ventas que va a tener con sus clientes, ¿verdad? Y en seguida, tiene que ver cómo es que usted va a atraer, mantener e incrementar su base de clientes. Cómo es que usted va a... Lo más difícil es atraer

un cliente, entonces, cuando lo tiene atraído, cómo va a mantener e incrementar su base de clientes.

Todo eso es lo que está al lado derecho de ese lienzo de su propuesta de valor. Y está, tiene el punto de llegar a esa pregunta, ¿en qué manera tú vas a generar ingresos que son particulares a tu propuesta de valor? Entonces, en qué manera diferente, cuáles son las diferentes maneras que vas a generar ingresos. Si baños era una de las propuestas de valor, ellos también tenían muchos otros servicios, una tienda propiamente local con cosas que son de

Texas, también comida, gasolina, lavado de carro, todo lo que ellos ofrecen, ¿verdad?

Ya cuando tiene desarrollando su propuesta de valor, entonces, tiene que tratar de entender cuáles son los recursos claves que va a necesitar para lograr esa propuesta de valor. Qué es esencial en tu habilidad de ofrecer y entregar los componentes previos, que son las cosas que ya tienes y cuáles son las cosas que tú necesitas todavía.

Habiendo identificado eso, es momento de identificar las actividades claves, cuál va a ser tu proceso para entregar esa propuesta de valor que tú tienes. Eso ayuda a identificar cuáles son las personas o los negocios u organizaciones, etc., que vas a necesitar para tener éxito. ¿Cuáles son las otras empresas que tú vas a usar como tu red para apoyar el funcionamiento de tu negocio?

Si pensamos nuevamente en el ejemplo, prepara mucha comida, pero no todo lo que se vende es de ahí, la gasolina, tienen que comprarlo de otro lugar, hay muchas organizaciones que venden sus productos propiamente tejano. O las mercaderías, todas esas asociaciones van a ser claves para el funcionamiento exitoso de la empresa.

Me disculpan mi español que es un poco trabado.

>> Vas bien, Jennifer.

>> Gracias, Michelle. Todo este va a llevar a entender tu estructura de costos. Habiendo entendido todo ese panorama, puedes sentarte a entender cuáles son los gastos y costos que vas a incurrir para administrar tu modelo de negocio.

Entonces, aquí tenemos una muestra de un lienzo de modelo de negocio. Este lienzo es de Airbnb. Vamos a empezar del lado derecho con el segmento de clientes. Ellos tienen dos categorías por decir así. Visitantes, que pueden ser viajeros, trotamundos, viajeros de negocio. Pero también otro tipo de negocios, anfitriones, que son personas que quieren en.

rentar un cuarto o sofá.

Pueden ver que está de color para que se pueda entender cómo fluye en ese diagrama. Entonces, Airbnb dice, tenemos los segmentos de clientes, ¿cuál es la necesidad que nosotros vamos a contestar? Bueno, los viajeros quieren una opción para hospedarse en lugares privados. También, generalmente, están buscando un precio inferior a lo que es un hotel y hay muchas personas que tienen deseo de rentar un espacio a viajeros, que sea práctico, algo que les pueda generar

ingresos, pero no tienen la idea de formar la infraestructura ellos. Entonces, la propuesta de valor es que ellos promueven un servicio de plataforma, una plataforma de servicios con apoyo al cliente que es de 24 horas al día, 7 días a la semana, para que se pueda hacer ese acuerdo mutuo entre el anfitrión y el visitante.

Los canales de comunicación son que una persona pasa la voz a otra persona y también en las redes sociales y en el internet. ¿Cuáles son los flujos de ingreso, entonces? Bueno, a través del visitante hacen un cargo de reservación de 6 a 12% y a los anfitriones también tienen una reservación de 3%. Todo ese panorama aquí del lado derecho, les da a entender cuáles van a ser los flujos de ingreso de ellos.

Pasando al otro lado, ya entendiendo cuál va a ser, qué es lo que nosotros vamos a hacer, se entiende que las actividades claves son el mantenimiento de la plataforma, investigación continua sobre el usuario y mercadeo importante.

Son las actividades claves para Airbnb, los recursos claves son la misma comunidad, de personas que están viajando o tienen lugares para alquilar, su marca y la plataforma. Son los recursos claves que tienen. Y los aliados claves, por ejemplo [inaudible], los inversionistas, la comunidad de viajeros, los seguros, porque ofrecen un seguro sobre las casas y el gobierno y las personas que influyen en las regulaciones para asegurar que no hay ningún inconveniente en el tipo de negocio que

están haciendo. Esos son sus aliados claves. Y todo eso da a entender cuál va a ser la estructura de costos para ese tipo de negocio.

El primero es el diseño, desarrollo y mantenimiento de la plataforma. Y el segundo es mercadotecnia y administración de la comunidad. Eso les da una idea de cómo pueden ir formando un lienzo de modelo para poder pintar la propuesta de valor de su negocio. Una de las tareas que tiene es de hacer su propio lienzo y hacer su modelo de negocios y refinar tu propuesta de valor.

Vamos a hacer llegar a Michelle y a los organizadores un formato para que lo puedan hacer de la misma manera que hablamos aquí, junto con la presentación, para que puedan referirse a la misma.

Voy a parar aquí un momento, antes de pasar el siguiente tema y vamos a revisar el chat. Ok, vamos a ver. Muy bien, entonces, no hay preguntas por el momento, ok. Vamos a proceder con la segunda parte

de lo que nosotros vamos a hablar hoy, que es un poco, un poco más detallado y aquí es donde vamos a hablar de su dinero, porque no pasa nada sin dinero ¿Verdad? Hay que invertir en el negocio, mantener los recursos del negocio, entonces vamos a hablar un poco de ese tema, ¿verdad?

El objetivo de esta sesión es que vamos a analizar los tres estados financieros principales y lo que informa sobre la situaciones financiera actual y futura de su empresa. Entendemos que muchos de los participantes están por lanzar un negocio, pero verán un ejemplo de cómo los estados financieros pueden ayudarles a tomar decisiones sobre la cultura de su empresa.

Además de cubrir los conceptos básicos de contabilidad, esta clase le proporcionará herramientas y recomendaciones para obtener el control y también acceso a capital.

Aquí tengo algunas preguntas y sí quiero, otra tarea que van a tener es que tienen que sentarse a tomar unos cinco minutos para evaluarse sobre las prácticas actuales o la administración financiera tuya personal o de tu negocio. Vamos a hacer les llegar un formato que pueden llenar.

Algunas de las preguntas, ¿tengo una cuenta comercial que está separada de mi cuenta bancaria personal? ¿Tengo una cuenta corriente y una cuenta de ahorros? ¿Tengo una cuenta adicional y separada para la nómina de la empresa? ¿Tengo un sistema establecido para hacer un seguimiento de los ingresos y gastos de mi negocio? ¿Tengo un sistema establecido para el seguimiento de los activos y pasivos de mi negocio? ¿Tengo un sistema establecido para rastrear el flujo de efectivo de mi negocio?

Reviso las finanzas de mi negocio al menos una vez al mes? ¿Tengo un sistema establecido para pagar mis impuestos a tiempo? ¿Sé cuál es mi pronóstico de ventas y presupuesto de gastos para al menos un trimestre por adelantado? ¿Tengo ahorros o efectivo en caso de una emergencia comercial? ¿Soy capaz de pagarme como dueño de negocio? ¿Sé dónde están mis créditos y cuáles son las opciones para el financiamiento externo y que el financiamiento externo crezca?

Entonces, habiendo contestado esas preguntas, ustedes van a tener un entendimiento de dónde están y cuáles son las cosas que puede de un hacer para asegurar el futuro de su negocio. Es como, si hay alguien que ha contestado que no, se pone en un listado de cosas qué hacer para fortalecer la estructura financiera del negocio.

La pregunta en sí es, ¿por qué el mantenimiento de registros es importante? ¿Por qué? Bueno, una cosa es para monitorear el progreso del negocio. Otro es que nos prepara, nos ayuda a preparar estados financieros. Esos estados financieros dan seguimiento y nos ayudan a entender tendencias para guiar las decisiones de negocio.

También ayudan a preparar declaraciones de impuestos y nos pueden ayudar a bajar la obligación tributaria. Y demuestra que el negocio no es simplemente un pasatiempo. Sé que para muchas personas la nomenclatura de pasatiempo es un poco ofensivo, pero la realidad es que es una

nomenclatura legítima, definida por el IRS, cuando vea que su negocio es algo que consistentemente está mostrando pérdidas, que no

es la manera que usted logra su estabilidad financiera personal, que no genera ingresos suficientes para decir que es un negocio formal, ellos le van a dar esa definición de un pasatiempo en vez de un negocio. Entonces, es bien interesante, o sea, bien importante mantener y demostrar la capacidad de negocio de generar ingresos, ¿verdad?

Para dar un seguimiento a las finanzas, hay ciertas cosas que uno puede hacer para hacerlo solo, pero también hay otras cosas que son las que yo recomendaría para buscar un apoyo externo, ¿verdad? Opciones para que se pueda hacer solo, incluyen hoja de cálculo como Google o Excel. Y programas de contabilidad que ayudan a mantener un control sobre los gastos.

Pero yo aconsejaría de manera que sea posible que busquen el apoyo de un auxiliar contable o por lo menos alguien que le pueda ayudar a mantener los libros.

Entre otras cosas es importante reconocer que cada quien tiene su especialidad, ¿verdad? La persona, o sea, el doctor que abre una clínica, ha de ser un excelente doctor, pero no por eso es que es el mejor, la mejor persona para mantener los libros, puede ser que sea muy inteligente, sumamente inteligente, pero simplemente no es su especialidad. O la persona que está trabajando en construcción

puede tener todas las ideas del mundo de cómo construir la casa más bella del mundo, pero no por eso necesariamente tiene la experiencia o el conocimiento de cómo llevar los libros de la mejor manera posible. Cada quien tiene su especialidad.

Entonces, ahora vamos a hablar de los tres documentos financieros que son los más importantes. El primero es la hoja de balance. La hoja de balance es, es como una fotografía de lo que usted tiene y lo que debe. La declaración de ingresos es la segunda, y eso es una hoja de trabajo que demuestra lo que ha ganado y los gastos que ha incurrido de un tiempo a otro, ¿verdad? Entonces, es más como una película. Y el tercero es el estado de flujo de efectivo, el estado de flujo de efectivo demuestr

el dinero recibido y el dinero gastado.

Vamos a hablar un poco más de cada uno de estos tres. La hoja de balance tiene, por un lado, los activos y tiene por el otro lado los pasivos y lo que algunos llaman capital, otros se llaman equidad, pero realmente demuestra la inversión, ¿verdad? En el ejemplo que tenemos, vamos a suponer que nosotros tenemos, es muy común el puesto de eliminada, cuando uno es niño, ¿verdad?

Entonces, vamos a decir que nosotros tenemos cinco dólares que queremos invertir en nuestra propuesta de venta de eliminadas frente a la casa. Tengo cinco dólares, mis papás dicen, sabes qué, yo creo en ti y voy a invertir diez dólares en tu negocio. Entonces, lo que tengo son 15 dólares, ¿verdad?

Lo que debo son los 10 dólares que invirtieron mis papás. Y mi inversión original o capital en el negocio, lo que yo puse para arrancar el negocio son 5 dólares. De esa manera, pueden ver que los activos son igual a los pasivos y a la suma de los pasivos y el capital. Voy a pausar aquí, a ver tenemos alguna duda sobre el balance.

>> Si alguien tiene una pregunta, también pueden usar sus micrófonos.

>> Entonces, el activo sería mi inversión inicial más lo que tengo.

>> Sí, el activo es lo que tenemos, pero lo que tenemos debe ser equivalente a lo que debemos más el capital. Voy a dar otro ejemplo, supongamos que nosotros compramos una casa. El valor original de la casa es de 150 mil dólares. Nos exigieron un enganche de 20%. Entonces, lo que nosotros pusimos para lograr la casa, fueron 30.000 dólares, ¿verdad? Lo que tengo en el activo es una casa con un valor de 150 mil dólares,

¿verdad? Lo que tengo del lado pasivo es un préstamo de 120 mil dólares. Y lo que yo invertí en la casa, de capital, son 30.000 dólares. Entonces, cuando sumo los 120 mil dólares aquí y los 30.000 dólares, me debería dar el activo que son 150 mil dólares, el valor de la casa.

Pero hay veces, por ejemplo, con la casa que la casa sube de valor sin que nosotros hacemos mucho. El área subió de valor, las casas son escasas, entonces, la casa ahora en vez de tener un valor de, digamos, al transcurrir cinco años, la casa ahora tiene un valor de 200 mil dólares. Lo que yo he pagado son los originales 30.000 dólares y supongamos que he bajado el principal otros 20 mil dólares.

Entonces, ¿cuál sería el pasivo que tengo? Si yo he pagado otros 20 mil dólares, ¿cuál sería el pasivo que tengo sobre la casa?

>> Vendrían siendo 100 mil.

>> 100 mil. Entonces, ¿cuál sería el capital? Si el valor de la casa es de 200 mil y el pasivo es de 100.000, el capital vendría siendo cuánto.

>> Vendría siendo los 100.000.

>> Otros 100.000, muy bien. Lo que he pagado únicamente son 50.000, ahí es donde tendría diferentes categorías sobre equidad y capital, por ejemplo, inversión original serían 30.000, lo que yo he pagado para bajar la siguiente inversión, otros 20 mil y lo que ha subido de valor son 50.000, para dar un total entendible de cómo es que se ha llegado al capital de 100.000 dólares. ¿Se entiende el concepto de que esos dos tienen que ser iguales?

>> Sí.

>> Muy bien, muy bien. Ok. Entonces, este es nuestro puesto de limonada que tenemos enfrente de la casa y vamos a ver cómo esto, cómo se armaría un estado así. Algunos ejemplos de activos son efectivo, dinero para gastos menores, inversiones temporales, cuentas por cobrar, inventario, suministros, seguro prepa cambiado, los terrenos, mejoras de terreno, edificios, equipo. Y hay otras cosas intangibles, que para el récord está bien, pero es importante separarlos en otra categoría

. Sería la buena voluntad, es como su reputación en el área. Volviendo al tema de Airbnb, si otra empresa empieza el Airbnb no tienen la misma reputación de Airbnb, hay un valor intangible al nombre de Airbnb que no lo tiene la otra empresa. Lo intangible también es registrado con patente, marcas registradas, derecho de autor, etc. Son cosas que no puedo vender pero realmente sí tienen un valor. No lo puedo vender en una subasta, pero sí tienen un valor que aumenta el valor de mi empresa.

Ejemplos de pasivos son facturas por pagar, cuentas por pagar, salarios por pagar, sueldos por pagar, intereses por pagar, otros gastos acumulados por pagar, impuestos por pagar. Pasivos a largo plazo, son diferentes categorías, pero que van a tardar más de un año en pagarse, ¿verdad?

Ok, pasemos, entonces, a otro ejemplo de un balance. Voy a empezar aquí. Activos actuales, en efectivo tengo 5.000 dólares, en cuentas por recibir tengo 15 mil dólares. En inventario tengo mil dólares, en gastos prepagados tengo 850 dólares. El total de mis activos actuales son 21850 dólares.

En activos fijos tengo muebles de 20 mil dólares. Fijos de 8 mil dólares. Equipo de 12.000 dólares. No tengo un terreno ni tengo mejoras a un edificio. Y de todo lo que yo compré, pues una parte se ha devaluado, los muebles no son nuevos, etc. Entonces, la depreciación es de 2.000 dólares. Mis activos fijos netos son 38 mil dólares. Entonces, los activos totales vienen siendo 59850 mil dólares.

Pasivos actuales, tengo impuestos por pagar de 5.000 dólares y otros pasivos actuales que yo también debo por salarios o qué sé yo, para el trabajo que ya se ha realizado. También tengo un préstamo de 20 mil dólares. Y, entonces, el dueño, el dueño tiene en capital, son 8 mil dólares. Los ingresos retenidos son 5.000 dólares y las ganancias actuales son de 2.000 dólares. Retenidos son ganancias anterior. Ganancias actuales son de este año.

Y cuando suma eso, vienen siendo también 59 mil 850 dólares, ¿verdad?

Entonces, se llama balance, porque tiene que balancearse este lado con este lado, ¿verdad? Entonces, ¿qué es lo que nos dice el balance gerencial? El balance gerencial nos dice, en un momento de tiempo, como quien dice, eso es lo que quedó en la fotografía, lo que poseemos y lo que debemos en ese momento dado, ¿verdad? Es una manera de ver y de medir el progreso que ha tenido la empresa. Se supone que el activo va creciendo y

que el capital o la equidad también va creciendo. Entonces, de manera que uno va revisando el balance, eso es lo que quiere ver, uno, que todo está en orden, que es balance. Pero uno espera que el activo siempre vaya incrementando, ¿verdad?

¿Cuál son algunas cosas que no nos dice el balance general? No nos dice cuánto fueron las ventas durante un período de tiempo específico. No nos dice cuáles fueron los gastos de un mes a otro. No nos dice cuál fue el costo de los bienes que hemos vendido, no nos dice cuánto inventario fue comprado y vendido. No nos dice cómo hicimos las ganancias.

Entonces, para eso tenemos otro formulario y ese formulario se llama el estado de ingresos. También se conoce como la declaración de operaciones o la declaración de pérdidas y ganancias. Si la hoja de balance es como una foto instantánea, la declaración de ingresos es más como una película. Captura el movimiento de un negocio y tiene un principio y un final.

Entonces, en la hoja de balance usted va a ver que esa hoja de balance al 31 de diciembre de 2020. Pero el estado de ingresos o la declaración de pérdidas y ganancias va a decir por el período del primero de enero de 2020 hasta diciembre 31 2020.

Entonces, captura todos los movimientos dentro de ese lapso de tiempo, ¿verdad? Entonces, aquí tenemos un ejemplo que son los componentes más comunes. Se tienen las ventas, menos el costo del bien vendido, da lo que se llama las existencias brutas. De ahí se restan los gastos para llegar a la ganancia neta. Una pregunta común es, cuál es la diferencia entre el costo del bien vendido y los gastos, ¿verdad?

La diferencia, la distinción está en que el costo del bien vendido es lo absolutamente necesario para poder vender el producto, ¿verdad? Entonces, si el costo de un bien vendido de una hamburguesa es el pan, la carne, la lechuga, el tomate, la mayonesa. O sea, los componentes que hicieron posible el producto que se vendió, ¿verdad?

Los otros gastos, la luz, la ubicación, la persona que lo preparó, todo eso son los gastos generales, pero el costo del bien vendido es específicamente lo que se requiere para vender el producto, ¿verdad?

Entonces, en este ejemplo, nuestra tienda tenía un ingreso total de 20 mil dólares. El costo del bien vendido, COGs es de 6.000 dólares. Entonces, la ganancia bruta, 14 mil dólares. La renta, la nómina, seguro, la publicidad, servicios públicos, todo eso llegó a ser 11.000 dólares, 11400 dólares. Y, entonces, cuando se restan los 11400 de los 20 mil se llega a la ganancia neta para ese mes de 2600 dólares, ¿verdad?

Voy a pausar aquí, para ver si hay alguna pregunta sobre el estado de ingresos, la estructura básica.

>> María, por ejemplo, con tus tazas, los materiales que usas para hacer la taza, en qué línea caería en el estado de ingreso.

>> Bueno, hay diferentes reglamentos para diferentes industrias y no pretendo ser experta en todos. Pero se puede dejar un poco a la discreción de la persona. La regla es lo que sea absolutamente

necesario. Entonces, supondría que tiene un sistema computarizado para poder someter los taxes con el irs. Para mí sería un costo del bien vendido, porque sin ese programa, no pudiera hacer la declaración o someter la declaración de impuestos al irs, ¿verdad?

Pero cosas como la renta, la nómina, esos serían gastos fijos que sea que entre alguna declaración de impuestos o no, realmente estas son cosas que tendría que pagar de todas maneras, ¿verdad?

>> Michelle.

>> Sí.

>> Tengo una pregunta, la ganancia neta son de 2600 de esta nómina que nos está dando aquí.

>> Sí, si puede regresar.

>> Sorry.

>> La nómina.

>> Sí, de esta nómina, lo que tiene de ganancia el negocio serían 2600 al mes. Ese es un mes.

>> Sí, es el estado de ingreso, pudiera ser un año en el ejemplo que yo di, era para un mes, ¿verdad?

>> Ok, pero es una buena ganancia para un mes esa cantidad, ¿o no?

>> Realmente eso depende mucho, de muchos factores, qué tipo de negocio, realmente esto es muy inventado, entonces es muy difícil saber, pero el punto que quisiera reiterar es que es importante saber cuál es normal en su industria, ¿verdad? Por ejemplo, estuve trabajando para... El ejemplo de dos panaderías y las dos panaderías tenían ventas más o menos iguales. Pero una panadería tenía gastos variables que eran tres veces, o sea, el gasto de harina, azúcar, etc., era tres veces lo que

eran los gastos variables de otra tienda. También la venta, la nómina, la renta, lo tenía más alto. A pesar de que los ingresos eran altos, la ganancia neta era diferente. Una persona pudo calificar a un préstamo y la otra persona no pudo calificar. Pero el consejo que se le dio es cómo podría modificar su forma de gastar para traerlo más en línea con lo que es normal en la industria. Es muy difícil decir a través de todas las industrias qué es normal. Pero dentro

de su industria que pudiera ver cómo modificar sus gastos para que estuviera más en línea con lo que es normal en la industria, ¿verdad? Vamos a ver, creo que hay una pregunta.

Y sí, un business coach puede dar consejos específicos para cada industria, ¿verdad? Este ejemplo es muy inventado, entonces, es muy difícil saber.

>> Esta nómina es nada más para uno darse cuenta cuáles son los gastos que tiene que meter para la ganancia que pueda salir.

>> Sí.

>> Ok, ok. Gracias.

>> Bueno. Ok, vamos a pasar a la siguiente hoja. Entonces, los componentes de un income, venta de producto, ventas de servicio, gastos variables, el costo de lo vendido, el labor directo, los materiales directos, gastos fijos, publicidad, cargo de servicios de el banco y de tarifa comercial, gasto de carro, comisión, tarifas, labor contratado, depresión, muchos gastos que tenemos al arrancar un negociaciones. negocio.

Como hemos dicho, la hoja de balance es como la foto al principio. De ahí tenemos todo lo ocurrido dentro del lapso de tiempo. Al final tenemos otra foto que dice dónde terminamos, ¿verdad? Entonces, al principio hoja de balance, el income es todo lo transcurrido dentro del lapso de tiempo. Y al final tenemos otra hoja de balance para decir cómo terminamos, ¿verdad?

Sí quiero decir un poquito sobre diferentes métodos de contabilidad. Muchos negocios, cuando empiezan, empiezan a base de efectivo. A base de efectivo cuenta cuando el efectivo entra o sale del negocio. Pero eso no es un estándar muy efectivo. Realmente debería de llevarse la contabilidad a base de acumulación. Eso cuenta todo lo que se ha ganado, todo lo que se debe y todo lo que se usa.

La diferencia es que, por ejemplo, si yo presto un servicio y yo ya pagué todos los gastos que yo tengo para mi nómina, etc., etc., para poder prestar ese servicio. Pero la persona tiene 30 días para pagarme, se diría que estoy en una posición peor de lo que realmente estoy, porque no me estoy dando el beneficio de ese ingreso percibido, que aún no lo tengo, pero realmente lo merezco, me lo he ganado y es algo que se debe.

Entonces, las cuentas por cobrar, las cuentas por pagar, eso se toma en cuenta cuando se está haciendo avance de acumulación. En cambio, con base de efectivo, se toma en cuenta únicamente lo que ha entrado y lo que ha salido, ¿verdad? Entonces, no sé si hay alguna pregunta sobre la diferencia entre los dos o si procedemos a la siguiente hoja.

Bueno, voy a proceder.

>> Se cerró mucho presentación.

>> Mande.

>> Se cerró tu presentación.

>> ¿Se cerró?

>> Sí, no sé cómo.

>> ¿Se puede ver?

>> Sí, gracias.

>> Solo tenemos pocos minutos y todavía tenemos mucho por cubrir. Entonces, voy a ir un poco rápido. El estado de flujo de efectivo es la diferencia entre eso y los otros documentos, es que te ayuda a saber cuánto puedes crecer su negocio. Porque maneja el estado de efectivo en el negocio. Tenemos el cash el efectivo para arrancar con un nuevo proyecto, ¿o el efectivo va a estar muy limitado en ese momento?, y mejor esperamos o buscamos otra fuente de ingreso para sostener un plan de crecimi

El estado de flujo de efectivo muestra una cuenta de efectivo generado por las ventas y el efectivo pagado por los gastos de negocio. No incluye elementos monta ríos como la depreciación, porque eso realmente es más figurativo. Muestra el efecto del estado de efectivo de los préstamos adquiridos y el pago de los préstamos. Muestra el efecto por aumento y disminución en las cuentas por cobrar y por pagar. Y también muestra el efecto del estado de efectivo de la adquisición de activos

fijos y la disposición de activos. Cuando compramos o vendemos algo.

Voy a darles un ejemplo sobre el estado de flujo de efectivo. Vamos a regresar al puesto frente a la casa. Bueno, yo compré dos dólares de limones y azúcar y agua. Entonces, lo que tengo en efectivo, al principio, se acuerdan que tenía 15 dólares. Entonces, cuando empiezo mi proyecto, tengo 13 dólares en efectivo, el otro dos lo tengo en inventario, eso se anota en el balance, ¿verdad?

Entonces, en el mes yo tengo ventas en efectivo de 22 dólares. También llegó mi mejor amiga, mi mejor amiga del alma y dijo, mira, sabes que quiero una, pero no te lo puedo pagar ahorita, entonces, yo te lo paso después. Entonces, le vendí a crédito una por cuatro dólares. También, de ver que tan bien me iba con la venta. Llegó un primo y dijo, te voy a prestar 50 dólares para que pueda crecer tu negocio.

Entonces, sumando todo lo recibido en efectivo lo que ahora tengo son 76 dólares, que esos son los incrementos de efectivo. Lo que pago es que, bueno, pagué 20 dólares para producto adicional, para costos de servicio. Y le pagué un dólar a mi hermano para que me ayudara con la tienda.

Entonces, mis costos de bienes vendidos son de 21 dólares. Los gastos de operación, bueno, puse un seguro sobre mi tienda, porque me gusta mucho, entonces, no quiero que le pase nada. Tengo un seguro de 3 dólares que me asegura la tienda.

Tengo también otro seguro aquí, bueno, no sé para qué era el otro seguro. Bueno, tengo 5 dólares de seguros. Y yo pagué una parte del préstamo, de los préstamos que yo tengo, a lo mejor pagué los 10 dólares a mis papás y pagué 15 dólares para la persona que me invirtió aquí, pero son 25 dólares que pagué por fuera. Entonces, el total de pagos en efectivo, son de 51 dólares.

Entonces, el flujo de efectivo neto sería 76 dólares menos 51 dólares, son 25 dólares. Cuando agrego los 25 dólares a lo que tenía al principio de mes, 13 dólares, yo tengo 38 dólares, ¿sí? Vamos a ver qué dicen en el chat. Dice, ok. Entonces, en ese sentido, mi posición en efectivo ha mejorado. Ahora, supongamos que esta persona no me hubiera prestado los 50 dólares.

Entonces, en vez de tener 76 aquí, tendría nada más 26 y cuando veo todo lo que salió, digamos, digamos que hayan salido los mismos 51. Entonces, tendría un flujo de efectivo negativo y tendría también una posición de caja negativa. Entonces, eso me daría de entender que no manejé bien el efectivo que tenía en mi negocio, ¿verdad?

Entonces, eso como se usa un estado de flujo de efectivo, para ver cómo estamos manejando los recursos del negocio, ¿verdad?

Vamos a proceder. En el estado de cuenta. Aquí hay varias páginas de cosas que ustedes pueden monitorizar en cada uno de los estados de cuenta que hemos visto. Les recomiendo mucho que miren estas hojas más detenidas. Pero quiero dar un poco de tiempo a esta hoja, que es cómo buscar capital, porque yo sé que estamos muy cortos de tiempo. Michelle, ¿estoy bien para otros dos minutos?

>> Sí, yo voy a presentar después de ti, so, tienes tiempo.

>> Ok, perfecto. Bueno, quite tengo algunos dibujos. Una de las fuentes de ingresos para una nueva empresa es la misma comunidad. Pueden ser familiares, amigos, puede ser también concursos que existen para ideas. Por ejemplo, en la ciudad de Houston hay varias competencias de planes de negocio que tienen un premio que pueden ayudar a lanzar pequeños negocios, ¿verdad?

También existen opciones cru Town dijo, donde individuos de la comunidad toman la decisión de invertir en ese negocio. También uno puede usar su crédito personal. Es importante ver los costos del crédito personal. Tiende a ser de muy alto costo, ¿verdad? El beneficio es que no están esperando la inversión de otras personas.

También, si tienen una inversión en un... Hay opciones para que usted pueda invertir esa inversión, en vez de invertirlo en el mercado de bolsas y valores, lo puede invertir en su propio negocio. El riesgo es que, si el negocio no funciona, ha dado con la inversión en su jubilación. Pero si está muy segura de su negocio, es una opción que vale la pena averiguar, ¿verdad?

Entre otras opciones, para los negocios que son realmente con una visión muy grande de interrumpir el mercado, de cambiar cómo se hacen las cosas. Por ejemplo, un Netflix, un Uber, un Airbnb, una cosa

que tiene una escala muy grande, existen las opciones de inversionistas ángeles. Estos tienden a ser inversionistas que están buscando no invertir, tener una deuda contigo, pero tener una parte de la empresa para que, cuando la

empresa crezca, también la ganancia crezca y ello pueden optar por vender su parte del negocio y ganar su dinero de esa manera, ¿verdad?

La diferencia tiende a ser, que no tiene que, pero tiende a ser que un inversionista ángel es un individuo y, por otro lado, hay venture, que se reúnen para tomar una decisión en grupo e invertir en grupo en un negocio. La inversión mínima para esa categoría tiende a ser 2 millones. Entonces es una idea, algo que tiene un alcance bastante grande, ¿verdad?

También vamos a hablar un poco sobre las instituciones tradicionales, los bancos que para muchos negocios que están por arrancar, si tienen el apoyo del sb amo, hay instituciones que pueden ayudar a lanzar un negocio a través de los programas del sba y también existen las instituciones financieras para el desarrollo de la comunidad como CDfi. La diferencia es que las dos son bastante institucionales, pero las instituciones financieras para el desarrollo de la comunidad tendemos a ser más flexib

El objetivo es ayudar a las instituciones financieras para tomar riesgos que a lo mejor no logran tomar si no fuera por el apoyo del sb A. Muchas veces no presta directamente, sino que garantiza a los préstamos que hacen las instituciones más tradicionales, ¿verdad?

Bueno, tenemos también un poco de tarea con las hojas que les va a mandar Michelle después. Pero con eso yo termino. Solo quiero dirigirlos a la página por si están buscando el apoyo de un consejero de negocios o si quisieran tener más información sobre cómo formar su negocio u otras clases que nosotros tenemos. Con eso, Michelle, ya termino. Perdón por atrasarme.

>> No, estás bien, muchísimas gracias, Jennifer. Un aplauso para Jennifer.

>> Muy bien, muy bien.

>> Que tengas buenos días.

>> Con eso me despido de ustedes con mucho cariño. Nos vemos.

>> Bueno, gracias. Bueno, chicas. Entonces, vamos al siguiente módulo. Tomen un momento para hacer como que, porque eran muchos números [ríe]. Como que van a la zumba, pero todavía no llegan. A ver, un segundito. Ahí está.

Bueno, nuestra siguiente parte de la agenda se va a enfocar en las oportunidades de financiación y subvenciones. Jennifer les compartió un poquito sobre la identificación de fuentes de ingresos, cómo

identificar clientes tempranos, acceso a formas alternativas de capital y accesos al capital social y al presupuesto.

Y no sé si notaron, pero al principio de su presentación, hasta compartió poquito sobre lo que aprendieron ayer, todo de lo Canvas, esos procesos, vieron cómo fue súper importante tener eso, porque se relaciona completamente cuando va a los términos de las finanzas de su negocio. Aunque al principio no tiene eso, tiene que ver con las ventas, yo quiero vender. Todo eso se relaciona a cómo va a manejar las finanzas de su negocio, especialmente si va a captar otros tipos de fondos.

En mi sesión, me voy a enfocar, lo que Jennifer tocó un poquito al final de la presentación. Me voy a enfocar en las fuentes de financiación. Y vamos a compartir un poco de las opciones federales, subvenciones y otros recursos financieros.

Voy a empezar aquí, un segundito. Ya, bueno, espero que puedan ver bien la presentación. Y vamos empezando. Ayer se me olvidó completamente introducir la organización, quisiera compartir un poquito sobre lo que somos. Nuestra red, somos una plataforma global que apoyamos a los emprendedores que buscan impactar positivamente el mundo. Al brindar los servicios y infraestructura adecuada para fortalecer y escalar sus proyectos e impactos.

En Houston tenemos unas oficinas de co working, que están en el centro. Y ofrecemos una comunidad virtual, donde los emprendedores se pueden conectar con sí mismos y darles la oportunidad de que se junten, etc. Nuestro enfoque en realidad es inspiramos, conectamos y empoderamos a las personas con propósitos igual que ustedes.

Bueno, hoy, nuestro enfoque será las vías de financiación que no son dilutivas. Seguro se están preguntando qué es eso, qué significa eso., la financiación no dilutiva significa que un negocio puede recibir fondos sin tener que renunciar a su parte de negocio. A veces dicen, quiero el 10%, el 20%, y a veces dicen quiero el 50%.

Las formas de financiamiento que no son dilutivas, ustedes los dueños de la empresa, se pueden mantener como propietarios al 100% y no tienen que, especialmente al principio de su negocio, no tienen que dar parte de eso. Entonces, yo les recomiendo que empiecen a buscar este tipo de financiación en esa etapa de sus negocios y ya cuando van creciendo, tal vez sea bueno explorar los otros modelos.

Bueno, para darles un ejemplo de qué tipos de financiación no dilutivas, cuáles son, vienen en dos diferentes alas. Primero las agencias de gobierno y luego las agencias que no son de gobierno. Y las de agencias de gobierno ofrecen problemas federales y estatales de subvenciones. Y esto en inglés se llaman grants, es algo que te ofrecen y es como dinero, no es dinero gratis, pero tienes que aplicar, pero no lo tienes que repagar, no es un préstamo. Eso lo ofrecen las agencias de gobierno.

También en las agencias de gobierno tiene sus propios programas de préstamo, que se estructuran diferente así como van directamente a un banco. Los programas de préstamos que son del gobierno

típicamente tienen término que son más favorables a los emprendedores, especialmente a los de pequeñas empresas y los que se califican como minorías de cultura, como ustedes son mujeres, de habla hispana, hasta hay más oportunidades para ustedes en esos tipos de programas.

En la otra parte, las agencias que no son del gobierno, también ofrecen subvenciones nacionales y locales. Aunque estén viviendo en Houston, hay muchísimas oportunidades de grants que pueden aplicar que están en todo Estados Unidos, aunque viva en otros estados. También estas agencias que no son de gobierno, ofrecen otro tipo de préstamos y lo de crudo fue lo que dije. Y en el medio, como ven, están entre los dos tipos de organizaciones, los grants.

Vamos a empezar con las subvenciones federales y luego ya nos movemos a las oportunidades que son estatales. Bueno, aquí les voy a compartir primero que nada el recurso que se llama grants.gov. Les comparto que literalmente la semana pasada me tocó interactuar con esta plataforma por la primera vez, entonces me tocó este súper perfecto que lo tengo fresco en la mente.

Esta plataforma tiene subvenciones en una forma en que el gobierno financia sus ideas y proyectos para hacer proyectos públicos. Para estimular la economía. Promueven actividades críticas de innovación, investigación y muchos otros tipos de problemas. Para ser elegible para estos programas, digo, en la plataforma lo que puede hacer usted cuando entra a la página, es que puede buscar oportunidades de subvenciones.

Cuando entra hay no sé cuántas miles, miles de diferentes oportunidades que les pueden dar dinero para su negocio, pero para poder aplicar, primero tienen que comprobar que son elegibles, dependiendo de la idea de negocio. A veces pueden, ponen oportunidades de, necesitamos desarrollar un cierto proyecto que va a ayudar a la comunidad y si tienen una idea de cómo proveer la necesidad, pueden aplicar, no tiene que ser necesariamente por un negocio.

Y si los aceptan, les dan dinero para desarrollar e implementar ese proyecto. Pero sí tienen que comprobar su elegibilidad, porque cada subvención tiene diferentes requerimientos. Y les recomendamos que cuando entren a esa aplicación, si encuentran una oportunidad y dicen, se me hace que esa sí como que sería una buena para mí. Pero no estoy exactamente segura, les recomiendo que también se pongan en contacto con el representante de la subvención para hablar sobre la oportunidad de financiación

Esa es una gran oportunidad para desarrollar su relación con el financiador y para obtener información del personal sobre qué proyectos buscan y también obtener otras recomendaciones. Para solicitar este tipo de oportunidades, como les comentaba, se acuerdan ayer lo que platicamos del EIN, número de identificación de negocio, aquí les regreso otra vez. Tienen que tener un número de EIN para registrarse para este tipo de fondos para su negocio.

También requiere, es algo nuevo que no compartimos, es un número que se llama duns, para solicitar las subvenciones Federal, una organización tiene que tener un número de duns, es un número gratis que

identifica a su negocio, pero específicamente para las oportunidades de fondos federales. Y ahí les voy a compartir el link donde pueden registrarse. Yo lo hice, estaba llenando una aplicación y piden el número y dije, qué es esto, y me lo dio como en media hora. Y me lo dio por correo electróni

Y luego también, para esta plataforma de grants.com, tienes que registrarte en otra plataforma, esta página se llama Sam, que decide a quién van a dar el premio, las oportunidades. Les voy a compartir el link. En esa página web, también tienen la oportunidad de buscar más oportunidades de fondos federales. Ya cuando se registre, ahí le van compartiendo todo.

Bueno, siguiendo con lo de las oportunidades Federal, al final de la presentación de Jennifer, compartió sobre el sba, las subvenciones de asociación a pequeñas empresas también ofrecen sus subvenciones. Y no lo sabía, está facilitando dos tipos de programas competitivos, que proporcionan subvenciones a pequeñas empresas que contribuyen a la investigación y desarrollo Federal.

Quiere decir que, mientras desarrolla el negocio, si me das como feedback, cómo vas desarrollando esto, cómo ha sido tu camino, o sea, cuéntame en dónde estás viendo, dónde estás teniendo dificultades y todo eso. Les van compartiendo como su camino de emprendimiento y de desarrollo de su negocio a la institución de sba y por eso les pagan dinero. Es como que ustedes les están ayudando a ustedes a aprender cómo un emprendedor, especialmente cómo una mujer latina, cómo es su camino en el emprend

comparado con otras mujeres, de otra cultura o los hombres.

Por solo decir, te voy a pasar información de cómo voy desarrollando, ellos les van a proporcionar fondos. Tienen que llenar un formulario para calificar para eso, les doy los links, en otra sesión tal vez podemos dar un tiempo para cada uno de los pasos y a ver si sus negocios califican. Pero tradicionalmente hay 12 Agencias Federales que proporcionan esas oportunidades y típicamente incluyen los departamentos de agricultura, de defensa y salud y de servicios humanos. Y ahí ven todos

los links. Les incluí también una guía de la aplicación. Cuando les pasemos las presentaciones, pasen por la guía y verán paso por paso cómo pueden aplicar.

Sé que voy un poquito rápido, pero si tienen preguntas las pueden poner en el chat. Y si no, cuando terminemos tenemos 10, 15 minutos. Continuando con el sba tienen un programa de prestamos, es completamente diferente si va a un banco. Si ponen atención a la gráfica de abajo, tradicionalmente, usted, el dueño del negocio, si va a querer un préstamo va directo al banco.

El banco dice, necesito toda esta información, y dicen, sabes qué, estás elegible y ahora vamos a ver si te podemos apoyar y ese proceso puede tardar mucho tiempo y luego tal vez al final dicen, no, no te vamos a poder prestar el dinero. Y especialmente, cuando eres un emprendedor que apenas están empezando.

Sé que algunos tienen ventas, pero cuando no tienes, es difícil que el banco diga, sí, te vamos a prestar ese dinero. Lo que pasa con el sistema de sba es que tiene relaciones directamente con estas instituciones, los bancos y ellos dicen, él está aprobado, el sba conecta directamente con los emprendedores como ustedes y ustedes aplican con el sb. Para estas oportunidades. Ya ellos cambian, le hace más fácil para que puedan recibir estos tipos de fondos.

So, las agencias, la agencia del sba no le presta dinero directamente a ustedes, sino que el sba, ellos actúan que están entre ustedes y el banco, y ayudan a que el banco reduzca sus riesgos. Es cuando dicen, como ese negocio no tiene ventas, apenas está empezando. Para el banco es un riesgo prestarles el dinero, porque dicen, tal vez no les pagan. sba dice, nosotros vamos a estar aquí, si algo pasa, sba ayuda con todo eso.

Aquí también, para poder calificar para esto, su empresa sí debe ser registrada con fines de lucro, si es una organización no profito no califica para el préstamo. Tiene que estar en Estados Unidos. También requiere que haya puesto algo de inversión en su propio negocio, aunque fueran 1500 dólares para comprar esto y esto, quieren ver que usted ponga su parte antes de que lo aprueben para un préstamo.

Y que vieron todas las opciones de financiamiento, por ejemplo, las que voy a compartir en un segundito. Y dijeron ok, ya lo que me toca es uno de estos prestamos con el sb A.

Y no sé si vieron con lo de la pandemia, el sba ofreció muchísimas oportunidades para los dueños de negocios y si hay parte de esas oportunidades, les perdonan que no tuvieron que repagar. Siempre tengan eso en cuenta cuando vayan viendo.

Ok, compartimos todo lo de federales, que son las oportunidades no dilutivas, que no van a quitar un porcentaje de su negocio. Ahora vamos a ver las estatales.

Estas páginas da muchos recursos de organizaciones que dan opciones federales para su negocio. Empezando con la oficina de oportunidad de negocios en Houston. Aquí podrían tener acceso a programas de desarrollo similares a este programa. Y también ofrecen otros servicios para los negocios. El sba, como comenté y tengo un contacto directo de sba que no pudo estar con nosotros hoy. Pero les daremos el contacto, y también habla español.

El sba es muy bueno, porque tienen oficinas en todas las ciudades y en Houston tienen oficina, no tienen que ir a una línea que esperan una hora. Y también el sba hace muchos webinar gratuitos y los hacen en español. Mandan cada una o dos semanas oportunidades en español que les está ofreciendo sb A. Les voy a sugerir que se junten. Y luego la oficina de desarrollo económico de Texas o del Estado. Y también hay muchos recursos para cómo colocar su negocio en Texas.

Ayer compartimos, cuando estábamos platicando, aunque todo lo que ven aquí las oportunidades, cuando hablan, también cuando trabajan con un business coach, sí, Celina, tiene su sitio web en español. Y se me hace que el enlace que les puse aquí los lleva a esa página. Lo que les comentaba,

que tienen la opción de ir directamente a sus páginas, pero también cuando están trabajando con el coach de negocio. Por ejemplo, les ayudaría a dónde ir y cómo llenar todas las páginas para que no se pierda

subvenciones para negocios.

Esta es la parte que quería compartir. En Houston, específicamente, se ofrecen muchísimas competiciones, ahorita muchas de ellas son virtuales, también lo que ofrece [inaudible] es un concurso donde los emprendedores presentan el modelo de negocio para ganar premios y beneficios empresariales. Y estos premios típicamente, hay un premio en efectivo, puede ser de 5000 dólares, mil dólares, a veces de 5.000 dólares o más. Son premios que no tiene que pagar.

Dicen aquí está tu dinero y este es tu cheque. Pero a veces los beneficios alternativos es que también podrían encontrar alguien que quiere invertir en su negocio. Crecer su impacto, conocimiento con otros emprendedores. Retroalimentación que es lo más importante de las competencias. Les voy a recomendar unas cuantas en un segundito. Pero ser parte de una competición de business, pienso que para mí lo que más me regresa es que los expertos que están en esas industrias, que saben las ventas

máximo cinco minutos. Y si en tres a cinco minutos tienes que explicar mi idea de negocio. Imaginen el lienzo Canvas, de tres a cinco minutos tienen para explicar el Canvas. Y luego la retroalimentación que les provee es súper, súper beneficioso para ustedes, porque dicen, es alguien que es un experto y les ayudaría mucho.

Otro beneficio es la exposición. En esos cuartos típicamente hay una audiencia y dicen, me interesa tu proyecto, lo quiero comprar. Dices, si no gané en el primer, segundo, tercer lugar, aún hay posibilidad en este tipo de competencia.

Hay una competencia que se llama lanzate Houston. Este año será el quinto y si no estoy equivocada, la competición es en el otoño, todas ustedes se pueden registrar para competir. Y esa competencia viene con tres a cinco talleres antes de la competencia para prepararlas y también las conectan con un coach para prepararlas para la presentación. Lo recomiendo muchísimos.

La otra, como lo mencionó Jennifer, hay competencias específicas para plan de negocios. Y esta la hacen en español y en compañía con la ciudad de Houston. Si me acuerdo correcto, esta también tiene una inglés y una en español. Estas dos serían buenas para ustedes, especial en la etapa que están ahorita.

Y al fin, la financiación colectiva o crudo Town dijo. Esta también es una opción para recaudar fondos sin tener que dar parte de su negocio. El crudo fune dijo usa pequeñas cantidades de capital de un gran número de personas, para financiar una nueva empresa de negocio o una nueva rama de su negocio. Dependiendo del tipo de crono fune dijo, los inversionistas, puedo ser yo, me meto a la página, de qué es esta campaña, qué está desarrollando

y si les contribuyo dinero, seré un inversionista aunque no seré dueño, y no me deben técnicamente nada. A menos que quieran vender algo, los inversionistas pueden donar dinero altruistamente, te doy 50, te doy 100 y no quiero nada de regreso. Solo te estoy ayudando. O a cambio de un producto o servicio. Hay unas campañas que dicen, yo quiero recolectar 5.000 dólares para mi negocio.

Ahí les tengo tres ejemplos de páginas que hacen crudo fune dijo. Pero ahí en la página, va a poner su descripción de mi negocio, mi historia como emprendedor, qué es lo que quiero hacer y luego usted tiene que escoger los modelo de cantidades de donaciones. Y puede decir, quiero 20 dólares, 50 dólares, 100 dólares. Puedes decir, por 20 dólares te voy a mandar una taza. Y por 50 dólares te voy a mandar una taza y una playera. Y por mil dólares te voy a hacer, lo que sea. Así es

como funcionan estas plataformas de crono fune dijo. Especialmente las que tienen productos y servicios, les recomiendo que tomen ese paso, en lugar de no más hacer un crono fune dijo abierto, les recomiendo que lo estructuran en la forma de que por dinero te voy a dar mi servicio.

En la página les incluí los links para que puedan revisar esas páginas, lo pueden hacer en español, no tiene que ser en inglés, dependiendo quién va a ser su audiencia. Y la última parte es que vaya revisando sus páginas para ver cuál es la mejor para ustedes.

Porque lo que sí pasa con esas páginas, es gratis para que la use, pero sí cobran un porcentaje de lo que recolectan, a veces el 5%, a veces el 2%. Van viendo las regulaciones y tarifas y escogen la que va a ser más importante para ustedes.

Bueno, ya, terminamos [ríe], para ver cómo quieren usar los próximos 15 minutos. Tenemos 15 minutos de break. Ahorita en esos 15 minutos, pueden ir agarrar un cafecito y si tienen una pregunta sobre esta presentación o la otra, aquí voy a estar yo. Mientras voy a poner una alarma, para que sepan que a las once y 15 vamos a empezar con la siguiente sesión. Aquí estoy por si tienen preguntas.

[Break]

>> Si, por favor, van regresando oficinas en casa. ¿Cómo se sienten? ¿Cómo vamos? Casi se termina, chicas, no lo puedo creer. Pueden comentar en el chat si gustan. Gracias, gracias. Bueno, aquí estamos. Bueno, acabamos de terminar la sesión de finanzas. Empezamos con eso, porque típicamente lo dejamos para el fin del día, y como para el fin del día, nuestros cerebros dicen ya, ya no puedo.

Los otros no se enfocan tanto en las finanzas y vamos a empezar nuestro taller de esta tarde sobre mercadotecnia y publicidad digital. Este taller se va a enfocar en comprender las necesidades de sus clientes y van a pasar por el viaje, la experiencia de usuario para ofrecer un sitio web. Para las que no están pensando si van a tener una página web, nuestra panelista nos va a enseñar sobre todo eso. Y también una estrategia, cómo desarrollar una estrategia de marketing exitosa.

Bueno, entonces, les quiero introducir a Marcela chain, trabaja mucho aportando a los negocios pequeños, los dueños de negocios pequeños, especialmente con emprendedores que no están bien representados en los start up, en la comunidad de negocios. Muchas gracias por estar con nosotros, te paso el micro no.

>> Gracias, bienvenidos a todas. Como dice Michelle, me encantaría decirles que se pone más fácil. Pero el mercadeo de experiencia digital, no se aprende fácil. Les voy a dar mucha información, es información que generalmente pasamos semanas enseñando. La idea es que entiendan que tienen que ponerse a pensar en el proceso del cliente y con ese proceso van a empezar a aprender cómo crear una estrategia digital.

Entonces, con eso voy a empezar a compartir la pantalla.

>> Mientras que Marcela va platicando, tomen en cuenta a su cliente, cuando hicieron su lienzo Canvas y todo eso ayer. Piensen en su cliente para su propio negocio y cómo cae en lo que va compartiendo.

>> Perfecto. Entonces, voy a hacer una corta introducción. Lo primero que piensen es en qué etapa está mi negocio, ¿sí? Porque dependiendo de dónde estén van a empezar, brincar, si ya tienen página web, van a empezar de una manera diferente este no tienen nada. Les voy a enseñar las cosas en un orden. Pero ya dependiendo de qué etapa están, pueden devolverse a hacer las cosas de manera diferente.

No es una estructura sólida, todo esto es gris. La idea es que si me pueden dar la respuesta a todo lo que vamos a hablar, van a estar bien. El orden es un poco menos importante. Bueno, entonces, vamos a pensar en las necesidades del cliente, segundo, el recorrido del cliente y ya cómo van a meter toda esa información para crear una página web exitosa.

Ya Michelle les dijo quiénes somos. Nos dedicamos a acelerar el crecimiento de negocios pequeños. No estamos hablando de negocios grandes, menos de un millón de ventas al año es el enfoque de nosotros. El enfoque de nosotros es mucho en mujeres latinas y las comunidades que históricamente no tienen el acceso a los que ya han tenido muchas generaciones aquí en los Estados Unidos. Entonces, pasamos 100% el tiempo pensando en ese grupo. Pueden hablar conmigo

, tengo horas de oficina. Si tienen más preguntas, se pueden registrar con el código Marcela, súper fácil, para que se acuerden de mí y así podemos seguir hablando cuando me necesiten, ese es mi trabajo y ahí estoy para ustedes.

Bueno, todo lo que nosotros hacemos, hablaron finanzas, aunque generalmente lo hablan al final, nosotros hacemos lo mismo. Hay una estrategia, tienen que pensar en qué van a hacer, cómo lo van a hacer y cómo van a ir al mercado. Hoy no vamos a hablar de eso, nosotros vamos a hablar de la

posición del cliente. Los primeros van a estar en inglés, porque no tenía la traducción hecha, pero se lo voy a enviar a Michelle.

Lo más importante es que tienen que tener su estrategia y tienen que estar preparados con los planes financieros para correr su negocio. Siempre, pase lo que pase, si están en negocio, tienen que estar pensando en las necesidades del usuario. Y lo que vamos a hablar primero es cómo crear lo que llamamos en mercadeo un Buyer Persona. Aquí vamos a meternos bien en este detalle para que entiendan, que antes de pensar en todo, si no han entendido

su Buyer Persona, no deberían estar preparando su mercadeo digital.

So, primero, qué es la promesa de tu negocio, por qué está ese negocio, cómo vas a hacer dinero, porque todas estamos aquí para hacer dinero y pagar la renta. Y cómo te vas a considerar como mejor en tu clase o algo diferente. Muchas veces no estás en clase, a veces cómo vas a hacer un servicio diferente, cómo vas a apoyar un servicio diferente. Pero cuál es esa diferencia que vas a hablar cuando pongas tu mercadeo en el mercado.

Siempre pensamos que tenemos esas siete cosas, la promesa de tu marca, con quién vas a hablar, nos vamos a enfocar ahora en Buyer Persona, es el ejemplo de cómo esa persona va a usar su producto, cuál es tu posición única en el mercado, quién es tu competencia. No me voy a meter en análisis de comparación ahora, pero lo más importante de tu competencia es que hagas lo que hagas, alguien lo está haciendo. Alguien en el mundo está haciendo eso o algo similar.

¿Por qué es importante? Porque quiero que aprendan de ellos.

Porque si alguien está en el mercado, tienen que estar mirando lo que están haciendo por muchas razones que estamos viendo en la presentación. Y cuál es tu voz, eres casual, eres serio, de negocio a negocio o negocio a consumidor. Entonces, qué es esa voz, para que siempre estén pensando en hablar con tu cliente con la misma voz, ¿sí? Esos son los pasos básicos antes de meterte a tu estrategia digital.

Ok, entonces, ¿qué miramos cuando estamos hablando en un Buyer Persona? Lo más importante aquí es para quién es este producto. Entonces, la descripción tienen que pensar en dos grupos grandes. Me encantaría verles las manos, si casi todas están pensando en productos de B to B o B2C, porque tienen que crear Buyer Persona para dos. Un cliente va a ver tu web, un negocio o una persona, tienen que asegurar que las tengan separadas.

Aquí tenemos persona A, persona B y persona C. Y lo otro muy importante acá es qué porcentaje de tus ventas van a venir de esos personajes, porque así te va a ayudar a qué, a poner la prioridad en cuál vas a trabajar primero. No van a poder todo solas, y más si son emprendedoras y nosotros decimos si están llevando su negocio sola, no van a poder esto de una vez. Es importante no solamente poder explicar quién es tu

consumidores, pero qué porcentaje piensas de las ventas va a llevar ese consumidor, para que se enfoques en ellos primero.

Vamos a seguir. Bueno, cuando ya sepan quién es ese consumidor, vas a hacer tu primer Buyer Persona. Así en un archivo, exactamente como se los estoy mostrando, le van a poner un nombre. Aquí tengo un ejemplo, para un producto para la piel seca y dice, yo, estoy hablando como esa persona, estoy buscando una solución para mi piel seca, que no me deje con la piel grasosa. Entonces, ya tú empiezas a pensar cómo pasa el día una piel seca. Qué hace, qué productos usa, cuántos

años tiene, qué influencias tiene en su vida, qué tipo de ingreso tiene su familia, qué sueños tiene, qué otros productos posiblemente usa en línea, qué le preocupa, qué está buscando y cómo le pueden hacer su vida más fácil sus productos.

Entonces, con esta estructura qué te ayuda a hacer. Te ayuda a empezar a pensar en el contenido y el tipo de contenido que el producto va a estar buscando para comprar tu producto, ¿sí? Entonces, con esa estructura, primero que todo estás comprobando que conoces a tu mercado, que conoces a tu consumidor. Y segundo, que entiendes sus necesidades para poder venderle algo, ¿sí?

Entonces, ya con esa estructura, podemos empezar y empieza en español, Michelle, perdón por las dos diapositivas que no las tenía. Ya empezamos a mirar el checo lts. de lo que necesitan. No lo voy a leer paso a paso, pero hablamos de la mentalidad del cliente, las acciones que van a realizar para comprar su producto, qué inquietudes tienen y están entonces con todo eso, empiezas a pensar en las plataformas que están usando, Facebook, Instagram, Twitter, etc., donde ustedes van

a poder encontrar a ese consumidor. Porque no todo el mundo está en esas personas. Si en tu Buyer Persona me dices que es una mamá de 35, 40 años o más edad, de un ingreso de cierto nivel, van a estar más en Facebook posiblemente que Instagram o que TikTok.

Entonces, ese checo lts. te va a ayudar a garantizar que has pensado en la mentalidad del comprador, el Buyer Persona, lo más importante es que confirma que entiendes la mentalidad del comprador, ¿sí?

Voy a poner aquí pausa un segundito para ver si tienen preguntas sobre Buyer Persona y por qué es tan importante el buen ayer persona. ¿Alguien tiene una pregunta en el chat?

Todo bien.

>> ¿Qué consejo tienes si vendes una artesanía y no estás muy segura de quién es la persona que quiere comprar? ¿Qué sugieres para responder a las preguntas?

>> So, para artesanías, los clientes que tengo en ese grupo, siempre digo que empiecen dónde está la comunidad en línea.

>> No tengo una todavía.

>> Pero generalmente, dónde están los artesanos en línea. Entonces, lo que puedes hacer es empezar el análisis comparativo, dónde está tu consumidor. Puedes empezar a mirar. Ellos están haciendo para tú empezar a juntar las ideas. Puedes empezar lo que conoces, no sé cuál es tu producto, busca estas palabras claves. Esas otras compañías han hecho tarea y están mostrando estos productos de esta manera para ese consumidor potencial.

Entonces, empieza donde ya está tu mercado. Ok, voy a seguir. Ahora, si tienes tu Buyer Persona, puedes empezar a pensar en tu página web. Si ya tienen página web, es solamente hacer la tarea para saber si chequearon estas cosas y la pueden cambiar, es la belleza de la tecnología.

Siempre me preguntan por el SEO, lo primero que tienen que pensar es la estrategia de las palabras claves, keywords, tienen que entender qué palabras se utilizan. No se metan a Google, aquí tengo una herramienta, no se metan y busquen un término muy específico, como bolso de... Entonces, si meten algo muy específico, ese no es el problema, el problema es algo como tengo piel seca, solución para piel seca, que son las soluciones que la gente está buscando para encontrar el producto que les da e

Entonces, tienen que empezar pensando en las palabras claves. Antes de hacer cualquier cosa, miren los competidores, la competencia, asegúrense que las palabras claves que están usando ellos sean parte de tu plan, ¿ok? Cada página y vamos a hablar ahorita de mercadeo. Cuando empieza su negocio, están tratando de capturar el volumen más grande posible. Cuando ustedes están mirando en Google y ponen solución para piel

seca, han visto que Google empieza a dar un número. 7 millones de búsquedas, ese es en esencia el número más grande posible de tu mercado, ¿sí? Ese número es el que estás tratando de captar a primera impresión. La gran posibilidad. Entonces, ya su inicio de página tienes que pensar en eso. Si tienes diferentes Buyer Persona, vas a poner cosas que hable a esas personas. Puede ser que cambie un poco, pero las personas estarán enfocadas en los Buyer Persona que ya hicieron.

Entonces, la belleza del plan de mercadeo, es que son bloques que van haciendo. Haces una cosa y la vas a usar para la próxima y la próxima y la próxima. Por eso es importante que vayan pensando todo esto.

Entonces, primero que todo, ¿qué son las palabras claves? Por ejemplo, uno de mis clientes regalos de papelería, papel. Tres frases de palabras claves. Artículos de papelería, flores de papel, ¿sí? Entonces, busca palabras individuales y en grupo para que tengan idea qué resultado Google en particular le está mostrando a tu consumidor para encontrar qué, la solución del problema. La solución de lo que están buscando. Eso es lo primero.

Entonces, aquí les doy una herramienta, Michelle, cómo hacemos para compartir el link, ¿tú lo mandas después?

>> Si lo usas, si lo necesitan usar ahorita, lo puedes poner en el chat, sino lo vamos a mandar después.

>> No, nada más es para que sepan cómo buscar y empezar a usar. Paso uno, entender qué keywords vas a usar, es algo mecánico, automático. Ya habíamos hablado de su propuesta de valor, porque dentro del Buyer Persona ya habías dicho por qué tu proyecto está ayudando al Buyer Persona. Necesito ayuda con mi piel seca. Entonces, aquí es súper importante que volvamos al concepto de los tres círculos que les mostré.

¿Por qué existe tu empresa? ¿Cómo puedes ayudarlos? Si cuando llegas a la primera página de tu sitio web, no das la respuesta, tu página no está bien. No sabes cuántas veces me dicen que vaya a ver una página web y digo, fotos muy bonitas, no me están diciendo así, sin exageración, qué es lo primero que hace tu empresa, qué es ese beneficio.

Entonces, tienen que escribir de manera corta, porque no puede ser 100.000 palabras. Entonces, tiene que ser una breve declaración para que la gente entienda cuál es el beneficio y la oferta tiene que estar clara y también al empezar de la página, de la primera página. Si venden productos, si tienen descuentos, ofertas, también debe estar en la primera parte de tu página.

Entonces qué haces, qué es el beneficio y cuál es la oferta principal. Volvamos al Buyer Persona, había tres, una cogía 60% de las ventas, la otra 30 y la otra 10. Todas deben de pensar que ese 60% es el más importante. Entonces, esa debe de ser la primera oferta. Si tienen productos que ustedes piensan van a llevar más ventas, esa es la primera oferta que la persona debe ver en tu página web.

Por ejemplo, en shopfui dicen qué es tu servicio, luego el carro donde muestran los productos, la orden de esos productos debe ser en el orden que quieres que la gente compre, no cualquier orden, todo esto importa, para que la gente haga clic a lo más importante. Entonces, aquí hay un checo Its., una evaluación súper importante y lo que yo les digo, si ya tienen página web y la van a cambiar, aquí digo que cada 60 días deberían de estar mirando y haciendo cambios en tu página para ver

si los cambios hacen resultados positivos con Google.

Entonces, las preguntas, ¿quién es tu valor? ¿Tienes tu valor de forma destacada en la página al inicio? ¿Es única y clara? ¿Cómo se compara a otros? Si estás vendiendo contra un competidor. Son tres consejos súper importantes, que siempre miro cuando estoy mirando una página, una página principal. Vamos a seguir.

Bueno, página web no tiene solamente una página principal, ¿qué más hay en tu página web? Aquí se pone un poco más complicado, les hablo un poco sobre el número de palabras que debe tener tu página. Mucha gente pregunta si un blog es necesario, ¿sí? Es una conversación un poco más larga también,

pero casi siempre digo que sí, por qué, porque cómo hablas de tu producto, cómo hablas de tu negocio, de quién eres. Todo eso le informa a alguien si quiere comprar o no.

Veo páginas que sobre larguísimas, la gente tratando de meterle todo. No, eso es el blog. Coge esos pensamientos, toda esa pasión que ustedes tienen por el negocio que van a crear y lo meten al blog. El blog no tiene que ser muy largo, pero el contenido de tu sitio tiene que ser profesional. Por favor, no pongan una página medio hecha de wix, ha arreglado cosas, pero a veces no se ve tan formal como otras páginas. Asegúrense que se vea profesional. Primero que todo.

Segundo, no vayan, por favor, no vayan a coger contenido a nadie más. Para ver la competencia van a mirar qué está diciendo la gente, pero si están haciendo copia y me pasa todo el tiempo con los emprendedores que les enseñamos, si hacen copia, Google se da cuenta. Y eso les va a quitar puntos de Google y su página nunca, nunca, por más que hagan, va a llegar a página una o dos de Google.

So, aprendan, miren las palabras claves, las palabras claves sí las pueden repetir, claro. Pero cómo las usan y cuál es la atracción del Brando de ustedes, de tu marca, aquí es donde la meten. No vayan a copiar contenido, por favor, de ninguna parte. Y ya cuando pasan de la página principal y vamos a hablar de marketing, ya en esas otras páginas que van a pensar en ese Buyer Persona, ya deben de tener suficientes detalles, para qué, para educar.

Aquí es donde ponen el contenido, si es un producto natural, aquí es donde ya pueden empezar a meterse con más detalle a qué es el producto, pero siempre pensando en el consumidor y si lo están haciendo de una manera clara, ¿sí?

¿Qué son las áreas de evaluación que nosotros usamos cuando estamos mirando una página web? Y cuando la están creando, sea ustedes o con una persona que les esté ayudando. Si una página, quitando tu página principal, si tiene menos de, en total mil palabras, es un problema. Porque, entonces, no le estás metiendo suficiente contenido.

Siempre digo, haz un blog, pero si lo dejan botado. Ver que cada vez que alguien cambió la fecha fue en 1997, no lo hagan. Y a mínimo le cambian la fecha en el pie de la página web. Pero si van a escribir una vez al mes mínimo, no lo hagan. Los artículos tienen que ser de tu empresa, si van a usar archivos hechos, le doy recomendación a la gente que use fotos de Instangram de otra gente que tenga que ver con tu producto.

Pueden buscar contenido, pero tienen que dar crédito y link para que Google sepa que no están robando, que están dando crédito a esas cosas y, por favor, lo que más también les digo es que la gramática y la puntuación esté correcta. Usen programa de gramática, corrector de gramática, Michelle, por favor, busca ese link y lo metes. Trabajo con gente de Colombia mucho, que están tratando de lanzar el negocio en Estados Unidos y pagan a la gente que haga

traducción. Las traducciones que he visto han sido horribles. Ustedes son las emprendedoras de negocio, son las jefas. Peguen y copien, y corrige los errores de gramática y supe link que están escribiendo. No pongan una página web que no es profesional para representar lo que ustedes son como persona. Tu página web es tu casa.

Ok hay páginas de información súper importantes que tienen que mantener, tienen que tener las condiciones legales, hay muchas partes donde los pueden comprar legalmente y te los hacen, las condiciones en la página, privacidad. Es importante quiénes son las personas que están en el negocio. Si solamente eres tú, tienen que hablar súper bien de ustedes. Son fundadoras, están pensando en meterse en negocio, tienen más coraje que miles de personas allá afuera que no están haciendo esto.

Pónganlo en su página, piénsenlo bien. Tienen que tener fácil, cómo se ponen en contacto con ustedes. Por favor, no tiene que ser página propia, a veces pongo el contacto, pero en el menú que siempre diga contáctenos, para que la gente no tenga que empezar a buscar, quiero tus bolsos, quiero hacer negocio contigo y no te encuentra. Entonces, página de contacto legal.

Preguntas frecuentes, dependiendo qué tipo de producto tienes, es súper bueno, porque a Google le encanta esa página. Entonces, es otra página que nos encanta ver. Términos y también si tienen un producto qué términos de devolución tienen. Sean claros con el cliente de qué forma van a trabajar con ellos. Son consejos rápido para la página web.

Social Media. No podemos ignorar que es un gran plan de cómo vamos a llevar a la gente a nuestra página web. Entonces, tienen que evaluar si la estrategia orgánica está trabajando o no. Entonces, piensen muy bien cómo están manejando las redes sociales. Por favor, no abran una y la dejen en blanco, si no lo van a usar, guárdenla, pongan un pronto regresamos, yo lo entiendo. O digan, no estamos en Facebook, estamos en Instangram y los mandan a Instangram, pero que no lleguen a una página en

So, el éxito de estas redes sociales es en la actividad que ustedes les den, la actividades orgánica que le den. Entonces, piensen muy bien cómo las van a mantener y cuál es la posibilidad de enfocarse en más de una. Nosotros tenemos más de diez mil emprendedores en nuestra plataforma. No todos usan todas las redes sociales, casi todos están o en Facebook o en Instagram. Y los que están haciéndolo bien se enfocan en una, porque son emprendedores pequeños y no tienen tiempo.

Eso de que público de Instangram a Facebook. Entonces, dile a que gente que se vaya a Instangram. Cojan ese tráfico para que Instangram vea más acción en Instangram y los muestre más y más. Pública en tu página web que sea súper fácil de encontrar tus redes sociales en tu página web, publica cosas de calidad, se los voy a decir una vez y otra, que sea de calidad. Y repito, que no sea el mismo contenido por todas partes, entonces la gente dice, para qué voy a hacer aquí si hacen lo mismo acá.

Enfocose siempre, dónde está mi cliente, piensa en las personas, vuelvo a Buyer Persona, dije que esta persona va a comprar el 60%. Esta persona está en Instagram, me voy a enfocar en Instagram, porque mi plan es que el 60% de mi tiempo va a estar vendiendo a este tipo de persona, ¿sí?

Aquí les pongo otro link para que vean cómo ellos hacen engagement, me parece interesante, entonces, también se lo pasamos.

Para repasar y después voy a tener una pausa. Palabras claves, el contenido, propuesta de valor, qué páginas de información tienen en su página web que sean necesarias dependiendo del tipo de producto o servicio que tengan y cómo van a usar Social Media para comunicarse con sus clientes. Una de las cosas, como les dije, nosotros miramos si cuando están creando su página web está aumentando en tráfico y en visitantes cada 30 a 60 días.

Entonces, a mí me encanta, por ejemplo, mirar cómo cada una de estas columnas está trabajando cada 60 días para ver si estoy subiendo en mis números. Entonces, es algo que a mí me encanta tener eso siempre listo, para ver cómo voy con el check ups que estoy mostrando. Voy a poner aquí pausa, porque ahora vamos a... Déjame hablar de eso, esto es más técnico, pero Google ocupa estas cosas, entonces es importante que las piensen.

¿Está compatible mi página? ¿Móvil? Muchos de los servicios que usa Wordpress, wix, vienen casi listos, pero como uno no es experto, a veces uno cambia una cosa y está un desastre. Por favor, siempre chequeen que la página web se vea bien, tanto en pantallas de tamaño diferente. La velocidad de tu página importa mucho, tanto a tu consumidor, a tu cliente, porque si me voy a sentar a esperar siete minutos que salga tu página, me voy. Y a Google también le importa.

Entonces, cuiden mucho que cuando estén subiendo fotos, por ejemplo, no esté muy grande, para que la página no se demore en salir. La página tiene que ser segura, es algo técnico que lo ponen cuando conserven su URL y no van a aprender nada si no tienen los pixeles de Google Analytics para comprobar qué tráfico tienen, si está subiendo o bajando. Ahorita volvemos a hablar de esto.

Entonces, por favor, miren bien esto. Esto lo voy a quitar ahorita. Hoy hablamos de SEO y de esas palabras claves. Otra vez, es más técnico, pero es importante que tengan esa tecnología, ese pensamiento y eso cuando tengan su página web.

Bueno, voy a ponerle pausa ahí para ver si tienen preguntas sobre esos temas en particular. Ok.

>> Pueden activar el micrófono si tienen preguntas.

>> No sean penosas.

>> ¿Cuántas de ustedes, las que están en el grupo tienen ya página web algunas? ¿O todas están empezando? Ya veo que alguien está diciendo que no.

>> La mayoría está empezando.

>> Entonces, Jamie, María, Ana, ¿están todas empezando?

>> Sí, también, yo no tengo nada de eso.

>> Entonces, la buena noticia es que con esta lista que les acabo de mostrar, van a ahorrar mucho tiempo después, porque no van a tener que corregir un montón de cosas [ríe], van a poder empezar con esta lista y decir, Marcela dijo que primero mi primera página tiene mi mensaje claro, tiene las keywords, tiene imágenes, el botón está claro, el botón que quiero que el primer Buyer Persona vaya. Y ya de ahí para abajo empiezo a contar mi historia. Pero lo primero que vean, cuando abran la

Suena muy complicado, pero no lo es. Ya que tengan todo en la mente y empiecen a mirar páginas web que les gusten, van a decir, esta gente tiene tu propósito, tu mensaje y el primer botón es lo que estaban diciendo que hacen o donde me van a llevar. De una vez van a ver la psicología de lo que están haciendo y se van a acordar de ese sistema que les mostré. Suena complicado, porque son muchas cosas, pero es un checo lts. cuando vayan escribiendo su plan.

Pero es súper importante... Por ejemplo, cuando van a hacer su página web, en un documento, bueno, mi página principal, la página de contacto, preguntas frecuentes, listo. Escriben la lista de páginas críticas, con esa lista dicen, tengo una página para cada Buyer Persona. Marcela es mamá tiene ingreso medio es latina y le voy a vender los cinco productos. Si Marcela va a mi página web, estoy hablando con ella inmediatamente, porque va a comprar el 60% de mis productos, déjame ver. Llega a l

niños y es súper fácil, porque hace clic y llega a la página de compra. Son checo, checo, checo. Lo van a escribiendo de esa manera, para que después no tenga que devolverse a ver si se les olvidó hacer algo.

Bueno, entonces, comenzamos.

>> Hay una pregunta en el chat de Janet, ¿qué programa recomiendas para hacer la página web?

>> ¡Ay! Janet, que fuera tan fácil [risas]. Hay preferencias diferentes dependiendo de qué tipo de negocio tengas y también qué capacidades tengas, qué capacidades técnicas tengo y tu Buyer Persona. Son las tres cosas. Yo antes hablaba súper mal de wix, porque me parecía muy poco profesional, pero ha mejorado muchas cosas. Qué pasa con wix que ya después, cuando empieces avanzar en las partes técnicass como otros. Pero para empezar, wix me parece bien. Cuando tengas más

presupuesto, puedes pensar en Wordpress o shop fue. El que más control te da en tu contenido y en la parte técnica es Wordpress en este momento. Hay otras compañías que están saliendo. Lo mejor que les puedo decir que si quieren hablar conmigo, tengo otra presentación para que entiendan que es

complicado explicarles así. Tengo una presentación 100% dedicada a esta decisión. Depende de qué tipo de negocio estás haciendo y cuál es tu presupuesto.

Los invito a mis horas de oficina es gratis, estoy pensando hacer esto y esto, qué piensas. Pero para mí, son los principales. Michelle, no sé si has visto más, pero para mí es como... Si vas a meterte en un servicio, me encanta [inaudible], pero también tiene su costo, ¿sí? Así que, búsquenlo bien, lo que les digo es que hay muchas compañías tratando de meterse a este espacio que no son ninguna de las que yo mencioné. Pongan mucho, mucho cuidado, porque lo que no van a tener con esas compa

servicio y la garantía que les dan esas compañías. Si no ven en los servicios que tienen el porcentaje de resultado más del 80%, no están ahorrando, porque si la página no está disponible. Tengan cuidado. Otra pregunta que se las voy a decir, me han llegado emprendedores que dicen, no necesito página web, porque solo vendo en Facebook. Facebook me encanta, le encanta robar tu tráfico, ¿lo estoy diciendo bien en español?

A Facebook le encanta cuando no ponen página web, están regalando el tráfico a otra persona. Facebook el día de mañana le da la gana de cambiar las reglas y pierden la conexión a su página. Si tienen negocio, tienen que tener casa, tu casa es tu página web. Si solo van a estar en Facebook vendiendo, un sitio simple con un link a tu Facebook, pero van a mandar las cosas a la página web, para que la gente sepa quiénes son ustedes, no me diga que no necesita página web si tiene un negocio.

Celina, lo mismo va con [inaudible] tienes que tener página web para que la gente sepa que existes de verdad.

Tienen páginas que organizan bien el 60% de ventas, para que las personas sepan qué es lo que más venden, han hecho todo perfecto. Vamos a hablar del embudo, si ustedes meten Google severo a esto, les va a salir, no sé cuántas versiones de este panel existen. Hay unos súper complicados, son tres pasos súper, súper, no son simples, pero son tres pasos. Primero el que ya hemos hablado que de verdad es el paso de descubrimiento.

Al empezar de tu negocio, qué es el valor que le estás dando a tu cliente y esa es la parte de arriba de este embudo. Ahí es donde puedes, tu página principal tiene que explicarlo muy bien y ya les he dicho que deben de tener como herramientas para el consumidor preguntas, ¿cómo te podemos ayudar? ¿Necesitas un cupón? Este es neuronas le entero para aprender más del tema. Todo es en la página de arriba de descubrimiento.

Cuando estás en la etapa de descubrimiento con tu negocio, para donde todas van, no quiero que ni piensen, creo que ni metí todas las diapositivas, todas están en el paso de descubrimiento, todo el mundo va a descubrir tu marca. Todo tu plan de contenido al empezar de tu negocio se debe enfocar en esto, ¿sí? Y ya ahorita hablamos del consejo, si tienen que hacer la conversión, porque no pueden comprar nada. Pero en este momento, como están empezando es qué le estoy dando de

valor y cómo estoy apoyando ese mensaje. Si hablan de un producto natural, por qué ese producto natural importa. Todo es conocimiento para que la gente confíe en lo que están vendiendo. ¿Sí?

Entonces, después que ese cliente llega a tu página y descubre tu producto y están mirando qué descripciones tienes de la marca, si me estás explicando bien con video o fotos, lo del producto y descubren bien eso, entonces, ya pueden empezar a pensar en la próxima parte del embudo, que es la consideración y evaluación. Casi nunca, casi nunca alguien compra la primera vez que llega a tu página, ¿ok?

La gente mira por aquí, mira por allá. Entonces, cuando la gente vuelva y por eso Google Analytics es importante, te dicen si la página está volviendo a tu página web o no. Facebook no te va a decir eso, Instagram no te va a decir eso. Solo tu página web te va a dar el entendimiento de qué está haciendo el consumidor en tu casa.

Entonces, ya si alguien vuelve, un navegador repetido, tengo personas visitan domingo más de una vez, esas personas están en la etapa de consideración y evaluación de mi producto. ¿Qué más información les están dando para entender ese producto bien? Ahora se pueden meter en más detalles sobre, como les dije antes, qué tienen otro del producto, cómo lo hacen.

Entonces, piensen bien que tengan información tanto a nivel de conocimiento y al nivel de consideración, para que cuando la gente esté haciendo clic a las páginas adicionales que han creado, ya ustedes saben que ellos están considerando comprar tu producto, ¿sí? Y al fin la parte favorita de todas, es cuando llegamos a la conversión, las páginas donde uno puede comprar y tienen ya en las manos el producto.

Entonces, hay contenido que ayuda a mover a las personas de ese punto de conocimiento a consideración y conversión, a la compra, ¿sí? Entonces, cuando ya estén avanzando en su negocio, tienen que asegurar que, cuando estén mirando Google Analytics miren si la gente está volviendo a la página y dónde están pasando tiempo en sus páginas. Porque eso les va a decir dónde posiblemente tienen que añadir más contenido, cambiar o añadir contenido que les permita a las personas explorar los beneficios

Si alguien está llegando a una página y se les va, tienen que decir por qué la gente no está comprando. De pronto no hay un botón claro, de pronto no estás explicando algo bien. Ahí es donde el Google Analytics les puede ayudar a entender en qué etapa está tu cliente cuando entra a tu casa, a tu página web.

Como les dije hay muchas maneras de pensar en estas etapas diferentes, pero generalmente estos son los temas por los cuales pasa el consumidor cuando está en conocimiento, en consideración y en conversión. Primer contacto, qué necesidades tengo, qué intereses tengo en este producto. Si lo que están mirando es la página principal o donde lleguen, deben contestar estas preguntas.

Ahora, volví, estoy considerando tu producto porque aquí estoy otra vez o me metí por primera vez y le hice clic a una página un poco más detallada, estás ya en la etapa de consideración. Me han contestado todas las preguntas sobre el producto, tengo cómo obtener más información, qué alternativas tienes que considerar para ellos. Entonces, todas esas preguntas te ayudan a considerar si tu página web o el, cómo se dice,

si la persona, el consumidor llega a tu página, la experiencia, está viviendo la experiencia necesaria para comprar tu producto. Mujeres, qué estoy haciendo, cada vez me estoy devolviendo a la mente de qué, de mi cliente. Donde empezamos, cada vez, está claro cómo yo quiero que mi cliente tenga la experiencia con mi marca. Cuando me conocen, cuando me consideran y cuando me compre.

Repito, todo eso suena súper complicado, es, ponte en la mente de tu consumidor. Entonces, para repasar, al empezar cuando introduces a alguien tu marca, no la vas a vender de una, lo estás entrenando, educando a que es tu marca. Siempre piensa que no saben nada, nada, nada, a este nivel, cuando empieza. Educa, entrena, entretiene. La voz de tu marca va a decidir cómo lo educas. Eres entretenida, seria, entonces, piensa bien en la voz de tu marca y piensa en el Buyer Persona.

Entonces, a quién están vendiendo, qué promesa le estás haciendo, tienes que saber describirla bien, presentar los beneficios y ya cómo estás traduciendo todos esos mensajes a un valor.

Llegamos a la lista, blog, cuestionarios, infografía, videos, podcast, cómo van a discontribuir ese mensaje. Entonces, como están viendo, no me estoy metiendo de una a empezar mi Instangram, no me estoy metiendo de una a empezar un montón de cosas, no, no, no. Si ustedes piensan bien en este plan y lo escriben bien, empezando con su Buyer persona, van a llegar a la página web. Que va a introducir tu marca a todo el mundo.

Lo primero que tienen que hacer es pensar en ese consumidor y hacer ese Buyer Persona y ya con eso vas a dar punto a punto con ese plan que hemos mostrado, para pensar en cómo vas a llegar al final del embudo. A este punto de descubrimiento. Si todo esto es mucho, quiero que se queden con dos cosas. Me voy a devolver, este checo lts. primero. El bueno yerno persona para comprobar a ti, a tus inversionistas a todo el mundo que está involucrado con tu negocio, que conoces a la persona que va a

Y entiendes tu mercado. Si no entiendes tu mercado, no sé cómo estás vendiendo.

Y ya de aquí, puedes empezar a pensar en estas preguntas sobre, en esencia, la experiencia de este embudo y cómo el cliente va a tener esa experiencia de considerar, del conocimiento, considerar y comprar, tu negocio, tu producto, tu servicio. Al final, repito, tienen que tener Google Analytics, no pueden saber si están bien o mal si no tienen números. Como dijo Michelle, finanzas, nadie quiere manejar esas cosas. Ninguno de

mis clientes quiere molestar con Google Analytics. Y luego siguen con todo lo otro. Porque después van a decir, quiero alguien de Social Media, ya me hice un poco de plata y voy a buscar a alguien de Social

Media, le pago 500 dólares al mes. Te subió el tráfico de tu página web. No sé, pero me subieron los seguidores. Entonces, están viendo seguidores, pero no están yendo a tu página. Cuántas gente llegó a tu página al punto de descubrimiento y ventas.

Me llegaron tres compras, me fue súper bien. Pero cuánta gente llegó a tu página y se fue, para saber si estás vendiendo bien o mal, no sé. Google Analytics te cuenta todo eso, tienen que aprender a leerlo, tienen que poner atención. Pero es súper importante que sepan lo que están midiendo. Si ustedes están a dieta y no saben de dónde empiezan, cómo van a terminar la talla ocho después. No tiene sentido no medir, si medimos mil otras cosas, no puedes cocinar sin

medir, no se pueden pagar las facturas sin medir. Tu empresa y tu vida personal es la misma cosa. Michelle va a volver si no pone Google Analytics. Voy a parar, para ver si tienen preguntas. Sé que es mucho en poco tiempo, pero es el pensamiento que quiero que se graben para que empiecen con un plan de mercadeo. Con esa información, pueden empezar a planear su plan de mercadeo digital, orgánico, de pago. Hay muchas otras cosas que van como parte de esto. Pero esto es lo más básico que ne

hacer un plan digital y una página web. ¿Alguien más tiene preguntas?

>> Página web, Google Analytics y el otro era.

>> Media orgánica. Tu Facebook, tu Instagram, tu plan de distribución, dónde tu mensaje va a salir de la casa para afuera. Por qué mucha gente, yo veo Michelle, me imagino que has hecho lo mismo, de afuera hacia adentro, puse Instagram, Facebook.

>> Es que empiezan con lo más fácil.

>> Pero tienen que hacer el trabajo de mirar de adentro para afuera. Porque entonces la gente no llega, el mensaje no coordina. No han pensado cómo la persona va a pensar de conocimiento a compra. Venden sin educar, pero si están pensando bien en ese conocimiento, en ese embudo, les va a ayudar mucho a planear cómo van a hablar con el consumidor que va a comprar su producto.

Y esto trabaja con lo que me estén vendiendo, servicio, producto, restaurante, lo que sea, les garantizo que ese pensamiento les trabaja para poder hacer su plan de mercadeo.

>> ¿Quién más tiene preguntas? Las invito a que le pregunten a Marcela cosas sobre, pensando otra vez en la idea de negocio que tienen o el negocio que han empezado, cómo pueden aplicar lo que les acaba de enseñar y cuáles son las áreas, esta parte todavía no lo entiendo, etc.

>> Michelle, creo que nunca he tenido un grupo de latinas que no me hablan. Les voy a preguntar, se pronuncia jo yen, qué negocio estás pensando empezar.

>> Sí, pues ahorita lo que me llama la atención es sobre una lavandería, pero hacer algo diferente a las lavanderías que he visto que hay. Creo que necesito visitarlas un poco más para conocer qué puedo ofrecer de extra. Lo único que se me ocurre de extra, necesito un espacio bien grande, porque quisiera poner como el área de mientras está lavando la ropa, las personas estén con un snack o un área muy aparte. Y un área más pequeña también si llevan niños y cosas así, para que los niños no and

así, entonces que tengan un área entretenida. Tengo las ideas, ahora necesito ver cómo puedo registrar el negocio, cómo puedo empezar de la cabeza a los pies, solo tengo la idea.

>> Cuando ya tengas todo planeado, la estrategia lista, por decir, por el lado de mercadeo digital, por favor, no se les olvide que tienen que registrarse con oportunidades de mercadeo digital locales. Entonces, Google mí business súper importante. El otro que no se les olvide es wACe, es en esencia un Social Media. La gente mira ahí, se hace bip bip. No se te olvide que es muy buena oportunidad cuando la gente esté buscando por ahí Word, lavandería, que salgas en agua y.

Y también tienes que asegurar que tu mapa esté listado cuando te metas a Google. La gente a veces no se registra bien. Entonces, ya puedes empezar a pensar en otras organizaciones que ahora van a empezar a llamar, lista conmigo. Cuida mucho tu presupuesto, porque he visto que mucha gente gasta al empezar y ya mucha gente con los mapas de Google, safari, piensa en los mapas principales, pienso mientras estás empezando a ver presupuesto, asegurarte que sea en todos los locales, es súper importa

No te olvides de esas cosas. ¿Quién más lanuda por ahí? Celina, ya hablamos de artesanía, eres una artista artesanal.

>> De hecho, soy parte de match talento. Estoy asistiendo con la organización, pero aparte de eso me considero artista y siempre he hecho cosas y estoy en el mismo lugar, nunca me he metido a venderlas bien, por varias razones, entonces, explicando todas estas cosas, me quedé, hice Instangram, pero no puse página web para que las personas puedan comprar mis cosas. La pregunta que hice era para todas, pero aparte si puedo llover esos mismos problemas o cosas que he intentado pero no he salido

como exitosa, por cosas que yo no hice bien.

>> Muy bien. Janet, no sé cuál de los dos nombres estás usando.

>> Sí, es Janet.

>> ¿Qué negocio estás pensando ahorita?

>> Hacer bueno, ya lo estoy comenzando, pero no he ido a la calle, postres saludables sin gluten, gluten frío, libre de azúcar.

>> ¿Tú dónde estás localizada?

>> Hacia [inaudible].

>> Janet, búscame si quieres por Social Media, tengo alguien que está haciendo algo similar en New York y está lanzando la página web, entonces, para darte el nombre de esa compañía, para que después compares él cómo está haciendo las cosas. Él se está enfocando en [inaudible] en el mercado aquí de New York City, pero mándame un mensaje por Instangram si quieres y te puedo compartir esa información. Gracias por compartir, Janet.

Jamie, ¿cuál es tu negocio? No puede hablar.

>> Creo que es el negocio de las pestañas.

>> Y María.

>> Artículos de promoción Jamie. Y Ana era la de los [inaudible].

>> Ok, entonces, también es local. También, entonces, esos locales también le sirven a ella. María, ¿cómo estás? ¿Qué estás pensando hacer.

>> Lo que hago ahorita son más bien tazas decorativas, personalizadas pero con porcelana fría.

>> Qué lindo, entonces, es un producto que puedes vender en todas partes, hacer despacho.

>> Es nada más como un hobby que tengo, las hago, las personal Liz, ahora para el día de las madres, pero no he pensado en extender a lo grande, porque yo me inscribí para negocio, era para, yo quería abrir un puesto de comida, un puesto de comida, era lo único que, lo que quería hacer, pero ahorita lo que le enseñé a Michelle, son decorativos.

>> Qué lindo.

>> Ahí personalizadas como así, me mandan la foto y yo se las hago. Mande.

>> Para ti, lo mismo que le dije a Celina, es algo que puedes mirar y también para las que están haciendo negocios que tienen despacho, pongan mucho cuidado si ponen eco comercio con quién están haciendo el despacho, de esos negocios que van a hacer despacho es súper importante. Hay muchas compañías que están haciendo servicios especiales para emprendedores pequeños.

Entonces hay muchas oportunidades de ahorrar, aprovechándose de precios a descuentos, porque esos negocios más grandes quieren trabajar con emprendedores pequeños. Entonces, pongan mucho cuidado cuánto están cobrando, porque mucha gente mira en Amazon, mira tus precios y dice, le compro a Amazon despacho gratis o con ellos.

Entonces, piensen muy bien en eso, muy importante para los que están haciendo e comer ce.

>> Otra cosa, como para decir, ese nada más es un hobby que tengo y ahorita por la pandemia, busqué una manera de Street inirme. Pero yo lo que quiero es agarrar un camión para vender tamales, ese es el negocio de mi familia allá en México, entonces, me lo quiero traer para acá, porque no es cualquier tamal, no he probado, no he llegado a probar lo que mi mamá hace. Pero yo necesitaba mucha información, porque una cosa es querer y otra saber dónde uno.

Por la decoración de las tazas y eso, se me hace un trabajo que la gente no paga por ello, uno le pone todo el corazón ahí, pero hay gente que en realidad no lo valora. Pero, entonces, no se me hace para mí hacerlo un negocio en grande, ¿sí me entiende? Pero la comida ya va para grande, no para grande, pero algo para estable.

>> Sí, María, mira, he visto que, Michelle, trabajé mucho con [inaudible].

>> Sí.

>> Y nos ha llevado a presentaciones increíbles de administración de pequeñas empresas locales, hay mucha organización en Texas que ayuda a los pequeño, negocios, especialmente en comida, para empezar. Entonces, María, mira a esa Organización sin Fines de Lucro, porque tienen mucho apoyo a las mujeres emprendedores, sobre todo en ese sector que quiere empezar negocio.

>> Sí, nosotros compartimos eso, cuando le vayas a enviar el material de todos los días.

>> Sí, Lula es alguien que recomiendo, es increíble para mujeres y les da mucha ayuda por ese lado y en Texas tiene un programa increíble. Y son una fundación muy admirable.

>> Celina les puso la peso talla en el chat.

>> Bueno, aquí estoy para ustedes, encantada, uno amiga más como Michelle, que está en este lío de ser emprendedora por demasiado grande. Meta pelas ojeras, no es fácil, pero las admiro por tener estos sueños y querer salir adelante, ya sea un tiempo completo o tiempo extra, es tiempo que hay que dedicarle, las felicito por estar en este camino.

>> Marcela, muchísimas gracias.

>> Encantada de conocerlas, chao.

>> Bueno, chicas, ya vamos a casi terminando aquí con el segundo día. Ahorita les va a dar su hora de descanso. Terminamos con unos minutos antes o van a tener 33 minutos más o menos para su descanso y luego ya vamos a regresar para terminar la última sesión, vamos a empezar a la una en

punto. Regresen como un minuto antes y ahora les pongo el tiempo, y aquí voy a estar por si cualquier cosa, abren su micrófono y me preguntan, que descansen. Tomen un sueño.

[break]

>> Por favor, vayan regresando a sus sillas. Ya vamos a comenzar. Si me avisan por el chat, para saber que ya regresaron. Listo, listo. Ana, nos avisas por el chat si estás aquí. Y vamos empezando. Bueno, llegamos al último taller del día. Después de terminar esta sesión de crecimiento y expansión, vamos a tener una oportunidad de reflexionar sobre lo que hemos aprendido en los últimos dos días y hacer las últimas preguntas adicionales. Antes de tristemente terminar.

Ya no las voy a ver por un tiempo, pero ojalá que no sea la última vez que estemos conviviendo, especialmente en el término de sus ideas y creaciones de negocio. Voy a de una vez compartir mi presentación. Bueno, ¿listas? Vamos viendo. Ahí llegamos. Este último va a ser de crecimiento y expansión. Sé que la mayoría de los negocios de ustedes están a principio o todavía en la etapa de concepto,

pero es importante empezar a visualizar dónde quieren que vaya su negocio y en los talleres que hemos tenido los últimos dos días les hemos dado las herramientas que necesitan para poder estructurar, los pasos que necesitan tomar para llegar a esa visión.

Lo que les voy a compartir en esta presentación va a ser más sobre los recursos comunitarios, espacios de trabajo, aceleradores y incubadoras que están disponibles localmente en Houston y lo vamos a hacer en tres planas. La rama de planeación, estás ya en la etapa de empezar y la de crecimiento. Perfecto.

Bueno, empezando con la etapa de planear y aquí es donde está la mayoría de ustedes. Estos recursos que tengo aquí organizaciones que les pueden ayudar con su plan de negocio e investigar sobre su mercado. El S COre no les tocó, pero en la sesión de inglés tuvimos una presentadora, un grupo de persona que ya estuvieron trabajando, ya han tenido sus propias compañías o trabajaban en el mundo corporativo que ahora se han apuntado para cerumen toros de negocios para personas que quieren lanzar u

, tienen todas las capacidades, piensen de todos los temas que hemos recorrido los últimos días. Cuando estén en la página, les voy a compartir para que vayan viendo más o menos cómo se ven estas páginas. Un segundito.

Aquí estamos. Esta es la página de SCore, la tienen en español, solamente tienen que marcar la página en español y convierte toda la página en español. Les comenté que esto es para ayudarles a escribir su plan de negocios, entender cómo es, qué grande está su mercado, etc.

Pero también tienen otros cursos que pueden tomar en español, asesoría gratuita, como les mencioné y todo eso lo pueden hacer aquí en la página. La segunda página se llama el... Es una rama que está bajo

la universidad de Houston, igual como la otra página, también les provee muchísimos recursos para desarrollar su negocio. Les ayuda con el plan de negocio y todo eso.

Esta página hace rato que estaba aquí, me la enseñó en español, pero ya no me la está enseñando, pero a veces cuando entran a la página, les da la opción de las traducciones. Pero aquí también pueden apuntarse para hacer sesiones virtuales de mentoría para sus negocios y son gratis. Son uno a uno, pero lo que tienen que hacer es llegar aquí a la página, inscribirse aquí. Escribir de qué tema quieren platicar, qué tipos de herramientas están

buscando. También pueden escoger más/menos el horario, el día. Los van a juntar con un mentor de su organización que les va a ayudar con esto, a responder sus preguntas. También las sesiones empiezan, como digo, son de uno a uno, pero cuando ya va empezando la relación, ellos también les pueden asignar quién va a ser su coach de negocio, que puede estar con ustedes mientras van desarrollando, lanzando, etc.

También tienen muchísimos webinar virtuales. Y el último que les mente ba, se acuerdan ayer, tiene centros comunitarios alrededor de todo Houston. Y la mayoría de esos centros siempre tienen un departamento que proveen servicios en español. Como ven aquí la pantalla, también tiene servicios de cómo recuperarse después de un desastre. Tienen muchísimos talleres educativos, técnica,

aprendiendo cómo usar, no necesariamente la computadora, pero todos los sistemas, plataformas digitales que se usan en este mundo virtual nuevo. Talleres, espacios donde pueden encontrar trabajos y desarrollos para sus carreras. Y un área de capacitación, ellos van a tener algo y la mayoría, como les comento es en español y como ven aquí, tienen otros recursos también.

Regresando a mi otra presentación, para los recursos de dónde registrar su negocio, recuerden, les vamos a compartir la presentación, aquí están los contactos para registrar con el condado de Harris y si estás viviendo en otro condado, puedes en la página, te ayuda a buscar las ayudas para este condado.

Aquí ven los números de teléfonos y las páginas web. También les comparto la información del Estado, si van a registrar LLC o cualquier otro formulario. Sí, María, ¿tienes pregunta?

>> Sí, esto lo vas a compartir en correo electrónico o qué, para ir tomando fotos.

>> Sí, vamos a compartir todo esto por correo electrónico, por eso incluí los links, peso tallas, enlaces para que tengan toda la información y no tengan que estar buscando en las páginas web.

>> Gracias, Michelle.

>> Todavía estamos en la etapa de inicio. Entonces, para también obtener información sobre permisos, aquí van a encontrar la información de la ciudad de Houston directamente. Y lo del centro de permisos de Houston. Aquí están. Como comentamos ayer, hay ciertas, dependiendo de la industria en que van a

ir, tal vez van a necesitar diferentes permisos. Entonces, aquí visitando la página o marcando directamente al centro de permisos

de Houston, les pueden preguntar, les pueden dar la lista de los permisos que van a necesitar para tu negocio.

Ok, ahora moviéndonos a la etapa de empezar, para ustedes que ya... Para ustedes que ya van a empezar haciendo sus ventas y todo esto, aquí están unos extra recursos para ustedes, con términos de asesoría financiera, Jennifer les compartió en la mañana, es una buenísima organización. También les quería compartir la página web. Ok, también tiene la opción, cuando entra a la página, puede cambiar la página en español.

Tiene, como ven, diferentes tipos de apoyo, igual que las otras, sesiones educativas, si buscan trabajo está todo aquí, si quieren aprender más de la compañía, los proyectos que tienen, etc., está todo aquí también. Y aquí es donde pueden buscar apoyo empresarial en términos de diferentes talleres, etc. Aquí van viendo, hay talleres y seminarios listos, casi todos son gratis.

So, les recomiendo que vayan a la página y se apunten a cada uno, porque les va a dar más información de lo que aprendieron estos días. De aquí a junio ya tienen más tiempo de pensar de toda la educación que recibieron, implementar esas cosas en su negocio y luego tienen la oportunidad de continuar la conversación con otros expertos. Por ahí ven a Jennifer otra vez y la saludan. Y para que les ayuden con todo eso.

La segunda organización que les puede ayudar. Estas dos organizaciones también ofrecen programas de préstamo que les comentaba que están estructurados para ayudar a los emprendedores, especialmente los latinos, las mujeres y les dan términos que son más flexibles comparados a un banco tradicional. Quizás ahora no están listas o no necesitan los préstamos de negocio, pero es bueno estar de una vez

conectadas con estas dos organizaciones, porque en todo esto de finanzas, es súper importante primero que nada, desarrollar las relaciones con las personas con las cuales en el futuro tal vez van a tener que decirles, oye, se me hace que estoy lista y necesito 10 mil dólares para abrir esto o hacer lo que sea y no van a llegar ahí como un extraño. Ya van a ser alguien que vienen conociendo por unos meses, años, y

y van a decir he visto cómo trabajas, ya puedo hablar por ti. Lo que recomiendo aquí mismo tiene la misma cosa, tienen eventos, tienen capacitaciones y lo bueno es que, no sé si pueden ver el mapa, tienen oficina directa en Houston, así que no tienen que ir a ninguno de los otros lugares. Pero si tienen familia o se va a expandir a otras zonas de Texas, tiene oficinas en Austin, San Antonio, Dallas y todo eso.

Regresando a la presentación. ¿Preguntas ahorita? Bueno, esto es lo de asesoramiento financiero. Otros recursos para esta etapa de empezar, aquí les compartí todas las pestañas sobre la ayuda con lo

de los impuestos, talleres educativos y planificación durante, ojalá que no nos pase otra vez, pero ya saben en Houston, hay muchos huracanes, cosas pasan. Ahí también la organización ayuda mucho con la planificación de desastres,

porque también es muy importante, cuando tienes un negocio, lo más posible planear con anticipación, cómo estás desarrollando el plan financiero. Todos quieren empezar, el día que empiece voy a empezar así y voy a seguir creciendo y creciendo, porque voy a ganar más y más clientes. Pero la realidad es que hay una posibilidad que algo pase y que no vas a tener ventas por seis meses.

Entonces, esta organización también te ayuda con tus finanzas para poder planear y, si eso pasa, cómo podemos prepararnos para que tu negocio pueda seguir abierto y no tengas que cerrar. Les recomiendo allí platicar con ellos, también tienen personas que hablan en español para ayudarles. Lo que les comentaba acá de las ayudas con los impuestos no sé si notaron, cuando abrí la página, tienen una oficina específicamente para ayudarles con los impuestos cada

año y casi todo lo hacen gratis. Hay muchos recursos y va a ser todo en español.

En términos de talleres educativos, levanten la mano o pon pongan en el chat si han participación de community College o san Jacinto College. Houston Community College, tenemos muy buena relación con ellos y ofrecen muchos talleres educativos en español.

>> Perdón, referente al negocio o referente a cualquier ayuda de la escuela.

>> Los dos, pero ahorita para lo que les comentaba es referente a lo de negocios.

>> Es que yo estoy yendo a la escuela para clases de inglés, pero es en Pasadena.

>> Sí, sí, qué bien.

>> Sí, pero no se relaciona con eso, ¿verdad?

>> No, se me hace que también tienen clases de inglés y eso. Este es más como lo que les estaba comentando, es que tienen un departamento de emprendimiento y es específicamente para personas que van a abrir negocios pequeños. No tienes que estar registrado como estudiante en la escuela para participar en estos talleres. Es como lo que hicieron ahora para aplicar a [inaudible]. Les llega una

invitación, tienen la aplicación, a veces la aplicación es súper corta, hacen como cinco preguntas. No como la que mandamos nosotros [ríe] y esas oportunidades dan muchísimas clases durante el año. Yo he visto como unas 20. A veces solo es un sábado en la mañana que van a tener un taller en español, a veces es una semana, a veces es un programa que va a durar tres meses, que dicen cada sábado vamos a tener una clase. Completamente gratuitas, y sí hay unas que cobran, típicamente, cobran 20,

dólares y si te cobran es porque, si es en persona, van a tener comida, etc.

Ahí les comparto el link para que vean si hay herramientas para ustedes. Sé que falta poquito tiempo, pero si ya están listos para contratar empleados, se acuerdan del taller del equipo con Paloma, cuando estén listas, una forma en que pueden buscar empleados es usando los servicios, ellos les pueden ayudar a formular cómo debe ser la descripción de trabajo, les ayudan en cuánto deberíamos de pagar, si va a ser part-time, si necesito

con contrato, cuánto deberías pagarle, qué documentos se necesitan. Todo eso les ayuda para que ustedes no tengan que preocuparse.

Si están pensando exportar a otro país sus productos o servicios, esta herramienta ayuda muchísimo. Ahí les compartí toda la información. No lo incluí aquí, pero organizaciones como la cámara de comercio, la cámara de empresarios latinos, no sé si la han escuchado, también ellos tienen muchas oportunidades de ayudarles a exportar a otros países. Y, de hecho, también tienen oportunidades cuando otros emprendedores en Latino América quieren venir a vender aquí a Houston, también

tienen, no nada más información, tienen la guía, aquí es como se hace. Entonces, lo pueden empezar con lo de... Y si no, buscan la cámara de empresarios latinos, como ahorita todo es virtual, los eventos van a servir actuales. Pero ahí se trata más de contactar directamente a los administradores y les van dando paso por paso.

Y contratos de gobierno, platicamos un poquito de eso ayer y hace rato cuando les compartí lo de... Aquí está la información sobre eso, ahorita tal vez no tienen esa necesidad, pero Janet, por ejemplo, me acordaba cuando vayas a empezar a hacer tus productos de comida, a veces también los contratos de gobierno, es decir, vamos a tener un evento, el departamento va a tener un evento y necesita postres para 100 personas. Ellos no van a poder

contratar si no estás registrada en su sistema. Lo mismo para María. Si dicen, estamos buscando unos regalos de navidad para nuestro departamento, queremos comprar 500. No pueden hacer trabajo contigo si no te has registrado en su sistema. Entrando a la página de la ciudad de Houston o también esta página que compartí, es básicamente cuando dicen, quiénes son todos los vendedores, aquí voy a elegir a quién le voy a comprar.

Todas estas cosas que les estoy compartiendo, si va entrando a las páginas van a decir, esta es muchísima información, no sé dónde empezar y por eso voy a regresar, si está trabajando con alguien ellos van a ir viendo paso por paso para su negocio, cuáles son las cosas que deberían estar haciendo, cómo, cuándo. Y no necesariamente tienen que decir, dónde empiezo, porque entiendo que también es como confuso, yo me confuso cuando entro a las páginas, dan muchísimas información.

Pero es buena práctica que se vayan familiarizando, viendo las página, cuando vayan a reunirse con su business coach, no están empezando de cero.

Y, por último, las incubadoras y aceleradoras. Hay una diferencia entre una incubadora y una aceleradora. Una incubadora típicamente, bueno, depende, hay etapas, pero típicamente es que van a decir por seis meses o por un año o por tres meses. Me voy a enfocar en trabajar en mi negocio. Es algo, típicamente la estructura es súper rígida, que tienes que estar aquí, que tenemos estocada día o cada viernes tenemos un taller y va a ser así por tres a seis meses y el propósito es que cuando termin

un negocio súper exitoso y tienes venta y toda la cosa. La aceleradora típicamente es más corta, pero imagínate lo que tuvimos, la información que aprendieron estos dos días, es información que se tarda seis meses o más para aclarar paso por paso por paso, pero las aceleradoras son súper buenas si quieres algo más rápido.

Aunque les comento que para las dos a veces es súper competitivo entrar a las incubadoras y aceleradoras, tienes que haber pensado el negocio, qué vas a hacer, cuáles son las estrategias de venta, cuáles son las áreas, tienes que saber eso, porque quieren ver que lo pensaste. La probabilidad que te acepten en uno de esos programas si no has pensado y estructurado y escrito el plan de negocio es menos que si tomas ese tiempo para desarrollar toda esa información.

Pero con todo eso en mente también, hay oportunidades de acelerador, programas aceleradores que se tardándose semanas o se tardan un mes, o lo sea. Las oficinas en Houston, la de nosotros en Houston, Celina trabaja para máss chaleco. Y las organizaciones están localizadas en el mismo edificio, en el mismo piso, porque trabajamos junta. Típicamente ayuda a los emprendedores que están en la etapa de idea o apenas están empezando, los

ayudamos desarrollar su plan de negocios, haciendo el plan de negocios y todo eso, para prepararlos a que luego puedan aplicar a los aceleradores. Y lo bonito de eso es que, como estamos todos localizados en la misma oficina, estamos trabajando así. Ya sabemos, ayúdale, porque Janet hizo todo esto, qué tiene que hacer para poder llegar a la aceleradora cuando abran las aplicaciones en agosto o lo que sea.

So, esas dos les comparto, ahí está toda la información en las páginas web, pueden revisarla y también no la incluí aquí, porque no es una incubadora, pero organizaciones como la de [inaudible] les comento que ofrecen programas que casi son similares, aparte de lo que hace una incubadora y aceleradora. Como estamos enfocados en los recursos de emprendedores, lo hacemos y lo hacemos bien. Bueno, es lo que tengo para la presentación y voy a abrir para las preguntas. Se los voy a

COMPARTIR, antes de pasar a la siguiente

fase. Alguien tiene preguntas.

>> En cuanto a lo que dices, aceleradoras e incubadoras, ¿uno tendría que escoger una sola? Perdón.

>> Está bien. Mira, se me hace que más o menos sé para dónde iba Janet. No tienes que escoger una sola, pero cuando te registras para un programa. Imagínate, soy miembro de cinco organizaciones. Ok. Y especialmente las organizaciones como Networking, como cámara de comercio, muchas cosas, obviamente, puedes estar en las cinco. Pero ya cuando vas a participar en un programa, en esas cinco de pronto va a abrir el campamento de impacto, me interesa mucho, voy a aplicar, me

aceptaron, voy a estar súper ocupada con ese programa. Entonces, en ese momento yo no estaría aplicando para otro programa. Pero todavía estaría involucrada con las otras organizaciones.

>> Ok, ok.

>> Sí. ¿Alguien más? Y la otra cosa, la razón por la cual hay muchísimas otras organizaciones de desarrollo para los emprendedores en la ciudad, pero no todas tienen ahorita recursos en español. Por eso existo yo, porque estamos tratando de que las otras organizaciones también empiecen a proveer más de esos recursos para nuestra comunidad. Ojalá que haya 20 y que cada una tenga su propio enfoque.

Otra pregunta, sobre los recursos, ¿otra pregunta? No. Bueno, antes de concluir y hacer nuestras reflexiones.

>> Por lo menos yo.

>> Disculpen que se trabó, ¿quién estaba hablando? Yo pienso que es mi internet. A ver, ¿quién es la que estaba hablando?

>> Janet. Quería saber algo, eso que me comentaste ahorita acerca de eso, a ver si uno se podía colocar, por lo menos tomar algunos cursos o talleres si se puede, entonces, uno inscribir en algunos talleres y pedir la ayuda, que nos puedas guiar un poco más.

>> Sí, exacto. Ahorita nosotros estamos en el proceso de desarrollar más que nada estamos recolectando los fondos para proveerles a ustedes un programa de incubación que tenga muchos módulos y va a ser completamente en español.

Pero como, por ejemplo, lo que comenté de Houston Community College, de hecho, cuando les comparta la información, voy a añadir el contacto de Brenda Ríos, trabajamos muy de cerca con Brenda Ríos, es la directora del departamento de emprendimiento del área de [inaudible]. Ahí está un centro de Houston Community College y ella tiene muchísimos, si quieren ahora, qué sigue, yo creo que ella tiene como tres o cuatro oportunidades que se pueden

registrar, que también son de mediodía, dos días de aquí al fin del año.

>> Ok, gracias.

>> Sí.

>> Todos estos cursos tienen toda esa asesoría.

>> Sí. Cortaste después de la asesoría, ¿dijiste algo más?

>> No, que qué costo tienen las asesorías.

>> Costos. Mira, ahorita la mayoría de esas cosas son gratis para ustedes, son como que personas han pagado para que les puedan proveer los recursos gratis a nuestra comunidad. Ya estamos desconectados de todo lo demás que existe, como que nos deben [ríe], no te creas. Pero sí, la mayoría de estas, cuando estás trabajando en directo con uno de estos tipos de programas, viene incluida la asesoría. Pero ya si tú vas a contratar como un business coach que es separado

de los programas, cada coach va a tener sus costos. Pero yo les voy a recomendar que tomen ventaja de lo que se les está ofreciendo con ellos. Todas esas organizaciones que están en la página que les compartí están ofreciendo los servicios gratuitos para nuestra comunidad latina.

Y la otra cosa es que estando allí gratis, sabemos que existen y luego, sabemos que existen y no tomamos ventaja. Eso es otra cosa, tienen que tomar ese paso, aunque pase un mes y diga, pasó un mes y no me van a contestar, hablen, aunque pasen seis meses, hablen, conectense.

>> Ok, gracias.

>> Bueno, Janet, gracias. Entonces, muchachas, antes de terminar las reflexiones, Celina, si me ayudas con esto, por favor. Si se acuerdan que cuando empezamos hicimos la encuesta de inicio. Ahora tenemos una encuesta similar, pero esta es después del programa. La va a compartir Celina en el chat, si la pueden abrir y vamos a tomar los próximos diez minutos, cinco a diez minutos, si terminamos más temprano, mejor. Y luego, a eso de las 1 y 40, vamos a empezar la última sección de reflexión y

María, la otra me la pediste que te la mandara por correo, por si no la puedes abrir en el chat.

>> Sí, por favor, gracias.

>> Bueno, hay que tomar estos diez minutos. Me voy a salir y poner música. Si alguien tiene problemas abriendo el link, no más nos dice.

Nos queda otro minuto, pero les puedo agregar dos minutos, si necesitan más tiempo.

>> Yo la terminé.

>> Ya lo recibí, gracias, María.

¿Cómo van las demás? Faltan dos y estamos.

Bueno, vamos moviéndonos. Ana, ahorita lo mando a tu correo. Y solo falta también el de Jamie. Sí. Yo te lo mando. Ok. Te voy a mandar eso y luego ya terminamos. Se me olvida que no estás en Houston. ¿Cómo anda la Ciudad de México? Muy bien, voy a apagar la música. Y vamos a nuestra última fase. Vamos a hacer un poquito de reflexión sobre las sesiones que atendimos en los últimos dos días. Y esta es nuestra última oportunidad de hacer otras preguntas que tal vez, cosas que no queda

temas, ahorita que estamos todos juntos. Pero obvio que después, cuando les mandemos los paquetes de información, si todavía tienen preguntas, en el correo que les vamos a mandar, nos pueden responder directamente, me mandas información sobre x, lo que sea.

Empezando con el taller de diseño de pensamiento con Paloma. Quiero escuchar un poquito de ustedes, porque me duele la garganta de hablar. ¿Qué aprendieron, que no sabían antes y que lo quieren aplicar a sus negocios?

>> Michelle. Para mí fue muchísima explicación, la verdad. Yo lo que quiero es ya empezar el primer paso, no sé qué es lo que tenga que hacer con tantas cosas que aprendí o que me informaron, pero quiero que me manden con quién tengo que ir para sacar el permiso.

>> Ok, te voy a conectar con ella directamente, porque así ella te ayuda con el permiso.

>> Sí, para explicarle qué quiero hacer, tengo muchísimos planes, tengo muchas ganas y planes, no sé qué me aconsejarían que haga, por eso necesito a alguien que me apoye en esa información.

>> Sí, esto, para todas ustedes que están ahorita, con lo que hicimos del lienzo Canvas, eso es súper, súper importante, porque allí, o sea, María por ejemplo, tenemos más de una idea de negocio, tienes que tener un Lean Canvas para cada uno y luego tienes que decidir con cuál idea quieres empezar. Porque dos o tres al mismo tiempo va a ser muy difícil. Entonces, definitivamente, terminando tu Lean Canvas es súper importante, porque ya vas a llevar eso y, por ejemplo,

si vas con Jennifer o... Van a decir, primero enséñame tu Lean Canvas, porque van a saber, así vas a manejar tu negocio y así vamos a empezar. Es súper importante para todas.

>> Es que mira, Michelle, hablando ya más expresivamente y detallado, yo lo que tengo permiso, el negocio de mi mamá de los tamales, hace todo tipo, de guayaba, de ciruela, de todo. Es el negocio que ella tiene allá pero ahorita, como estoy sola en Houston, yo necesito algo en que pueda empezar sola, que no necesite quién me ayude. Para lo que mi mamá hace, sí necesitamos ayuda, porque yo tengo ingredientes, pero no el

100%. A ella la operaron y se va a tardar en venir. Pero quiero que me ayuden a qué comprar, quiero hacer los tamales para ella, pero para mí quiero hacer jugos naturales, pero eso yo sé, yo sola lo haría, no necesitaría que me ayudaran, cuando ya me meta en la rama del negocio, le digo, véngase, estoy lista para lo que usted quiere. Pero ahorita quiero un carro chiquito, donde pueda moverme, traer, llevar. Pero cuando me quise informar, me

pusieron muchas cosas que no tenía información como la que me diste ahorita. Ahora, con esta información, no es que tenga que hacer las cosas sola, porque tengo que ir con quien tenga que ir. El permiso, cómo necesito el carro, porque iba comprando, pero dije, para lo que yo compro no necesito estufa. Mi mamá sí, pero ahorita hay que esperar. Yo sé que con un puesto chico de jugos naturales y todo eso, ya voy a tener más conocimiento.

>> Sí, completamente entendido, María. Y pues sí, aquí es donde vas a agarrar tu permiso, te pueden ayudar con eso. Pero otra cosa que quería compartir, no recuerdo quién lo dijo ayer, estamos súper acostumbrados a que está la idea y voy, aquí está todo. Y la diferencia entre lo que acaban de hacer los últimos dos días y lo que hacemos tradicionalmente, es que les acabamos de compartir unos procesos que sé que dicen, no quiero hacer todo eso.

Son procesos para ayudarlas a que el negocio que van a empezar con todo su dinero e inteligencia y experiencia, para que pueda crecer más rápido. Porque claro, tengo [inaudible], pero si no tomaron tiempo en realidad en entender cuál es mi modelo de negocio, si dicen lo sé rápido, toma los 15 minutos para escribirlo. Para que en si en dos meses piensen por qué me están qué, puedan regresar a lo que escribieron, para hacer el análisis en dónde tenemos que hacer cambios. Ese es

el proceso y eso se hace, ya tomaron estos dos días, no tuvieron que hacerlo en seis meses, ya tienen toda la información en dos días. Si toman el fin de semana para terminar las tareas que no terminaron y ya el lunes empiezan a agendar, ok, el lunes voy a ir a la oficina de servicio, el lunes voy a ir con el business coach. Cada una de ustedes va a tener unos pasos un poquito diferente dependiendo de la industria, pero va a ser similar en términos del proceso que se tiene

que pasar y cuando van yendo con su coach de negocios y les voy a recomendar [inaudible], porque lo hacen 100% en español y los términos de ayuda financiera para comprar ciertas cosas equis. Pero cada uno va a tener, estos son los diez pasos para ti y para las demás. Pero en esos diez pasos como quiera, tienen que tener claro su plan de negocio, tienen que tener claro quién es mi cliente. Porque yo he crecido en este mundo también, queremos que todos sean

clientes, queremos que nuestra idea, sabemos que hacemos buenas comidas, tenemos buen servicio, hacemos buen producto, pero el problema es cómo lo comunicamos al cliente, para que esta semana me fue mal y llega la próxima y por qué solo vendí dos jugos. Y a fin de mes dices, tenemos que hacer las cuentas, ahora qué pasa. Esa es la diferencia que están participando en un programa de estos, es que ahora tienen la misma ventaja que las otras personas que no han participado en algo así.

Tienen la misma ventaja que las otras personas que están tomando estos tipos de lecciones todos los días o lo que sea. Ustedes, sus negocios no tienen que crearse como negocios pequeños, sí los pueden lanzar, pero esta estructura les ayudaría para que fomenten más, para que hagan más fuerte la fundación, para el crecimiento. Esa es la diferencia. Para todas, eso es lo que quería que sepan de lo que acaba de pasar estos dos días.

Tomen esa parte, tomen el fines de semana para terminar el plan de negocio y, si en realidad quieren decir, quiero que esto sea algo más grande, sé que voy a empezar chiquito, pero quiero que en un año esté en un lado completamente diferente. Que tenga tres carritos, no no más uno y que tenga empleados que manejen los otros carritos, cosas así, ¿verdad? ¿Otras preguntas o comentarios? Esto es parte de conversación y reflexión.

>> Otra, Michelle. Entonces, ustedes se encargan de hacer hasta negocios grandes, de lo que uno quiera hacer, no es nada más pequeño, si quieres algo grande, puedes ir a lo grande.

>> Exactamente.

>> Pero es ya para un negocio grande, necesitas tiempo, créditos o depende del negocio que tú quieras.

>> Depende del negocio, pero cualquier negocio puede ser negocio grande, pero la forma en la que podemos llegar allí es más eficiente y más rápido, es cuando tienes todas esas estructuras que compartimos en estos dos días. Cuando tienes eso, se hace mientras estás vendiendo también, no vas a decir en seis meses voy a abrir la tienda. Tenemos que pagar las facturas. Hay personas que sí pueden tomarse meses y dicen, todavía no voy a vender nada. Voy a terminar. En esos meses llegándose negoci

>> Sí, ustedes dan el primer empujón, estando uno en el medio, es ahorita lo que uno necesita, uno como mujer que está en la casa, me imagino que todas las compañeras que están en la casa es lo que quieren, que lo impulse. El esposo lo ayuda, pero para el esposo que estés en la casa lavando los trastes, está mejor. Pero uno quiere hacer las cosas, porque me gusta ser servicial, no me gusta nada más estar en la casa y esto del virus me ha dejado estresada, feo, pero ahorita que

pasó todo, voy con todas las ganas, ahorita sí quiero comerme el mundo con todos los planes que tengo. Lo que hacen es muy alentador. Quiero irme con quien tenga que ir para ver qué vamos a hacer.

>> Sí, perfectamente. Me encanta la energía, María. Cuando tenemos la energía así, es el perfecto momento para tomar ese paso. Pero tiene que ser súper importante que no nos dejemos llevar por el corre, corre, corre, porque luego se nos olvidan ciertos pasos que tenemos que tomar, para que no sea un negocio que solo le fue un tiempo bien. Y dices, quién sabe por qué, no tienes el proceso si tienes página web, si estás viendo tus finanzas, qué hago aquí, por qué tengo que bajar los precios, es

súper importante tener las estructuras para que puedan hacer los análisis estratégicos. Sé que van empezando, pero tienen que pensar, cuando sea la ejecutiva de este negocio, qué va a pasar. Aunque sean tamales, ven las fábricas que hacen los tamales y un día empezaron que solo estaban vendiendo tamales en su vecindario.

Pero como pusieron las mentes de negocio, pensando más en la visión de dónde quieren llegar y combinando eso con, lo que pasa el próximo mes, tienen la oportunidad de serlo, esas jefas de esas industrias en el futuro, pero empieza con tener que tomar estos pasos y tomarlo paso a paso, pero siempre teniendo la visión lista. Yo sé que hoy estoy con mi carrito, pero mañana voy a tener una compañía de diez, veinte carritos. Y no tienen que compartir eso con toda la gente, lo tienen ustedes

mismas. Porque cuando van compartiendo, ustedes ya saben, la gente va con envidia, céntrense en lo que ustedes quieren hacer y la información es de tu business coach, y luego cuando hacen la llamada con sus clientes, definitivamente, tomen en cuenta lo que están aprendiendo de sus clientes, cuando van en el diseño de pensamiento. Eso es parte de entender al cliente, porque al final del día ellos son los que van a abrir sus carteras para comprar sus productos o servicios.

Jamie comentó también en el chat. Aprendí que soy más de producto, necesito una persona de mercadeo y finanzas experta. Ok, perfecto ese comentario. Cuando se involucran en comunidades allá van creando esas conexiones con otras personas de negocios que tal vez puedan algún día proveer los servicios que necesitan en otras áreas de su negocio.

Por ejemplo, dos veces al mes hay reuniones disponibles, el que quiera viene y el que no no, necesites, qué piensas, y entre ellos mismos se van compartiendo. Conozco a alguien, o sabes que yo te puedo ayudar. Y así tú te enfocas en lo de la finanza. Empezando que se involucren con organizaciones de estas, les va a ayudar a tener acceso a talento, como dicen, aunque no necesariamente es que vas a emplear a alguien, pero es más lo de colaboración que yo sé que también en nuestra comunidad

Veces dicen, prefiero hacerlo sola, luego si me roban algo. Hay comunidades que están creciendo, donde hay más confianza y la intención es de colaborar, porque queremos que todas crezcan, queremos que todas sean exitosas. Eso es lo que ibas a agregar al comentario que pusiste.

Y me gustaría tomar un curso de finanzas, algún dato. De hecho, tenemos uno, el problema es que va a ser en inglés. Si cuentan del uno al cinco, qué cómodas están escuchando un taller en inglés. Si lo ponen en el chat. Porque sí tenemos uno que va a venir, van a ser los tres que compartió Jennifer lo de la hoja de balance, la declaración de ingresos y el estado de flujo de efectivo, van a ser tres diferentes talleres, cada uno separado de una hora. Uno empezando en mayo, junio, julio, uno p

Entonces, les puedo compartir esa. Les puedo compartir ese evento, va a ser gratis para atender. Yo voy a estar allí. Lo que puedo hacer, mientras está el taller, si algo no entendieron, yo les puedo traducir, aunque no va a ser en español. ¿Qué más está aquí en el chat? El plan de negocios. La manera que

digo que estoy lista y quiero todo es por la información que me han dado ustedes y claro, siguiendo paso por paso. Sí, María, así será.

Perfecto. Buenísimo. Nos quedan otros 15, 20 minutos, ¿qué otras cosas gustan platicar? Sí, Janet, me aseguro que todas reciban lo de los talleres.

>> La única manera para comunicarse es a través de Instagram.

>> No, en la presentación que compartió puso su correo electrónico. So, ahí se pueden comunicar con ella directo, por el correo electrónico. Y lo que comentó.

>> Tengo aquí otra pregunta, escribí todo así y ahora [ríe].

>> Ya lo estás revisando. Por eso hicimos la sesión esta, para que revisen lo que van a revisar.

>> Sí, se puede aplicar a diferentes grants?

>> Sí, no más que obvio, si te dan todas, depende de cuáles, hay las grants que aplica, eres elegible y aquí está tu dinero. Pero otras dicen, aplica, te aceptamos, ahora tienes que hacer este trabajo, aquí está tu dinero. Tienes que fijarte. Es como que están haciendo las llamadas, se me olvidó la palabra. Pero que te dicen, una apertura y dice, van a recibir diez aplicaciones y luego van a escoger con quién voy a trabajar y luego te damos el dinero, pero tienes que hacer el trabajo.

Pero las que no más dan dinero, puedes aplicar a todas las que quieras. Te congelaste. ¿Las demás me escuchan todavía? Lo que comento Hace un ratito Janet, de conectarse con Marcela, no sé si se acuerdan, cuando estaba haciendo una presentación, dijo que tiene las horas de oficina, es un término súper común en todo este mundo las start up y los talleres que van a ver de emprendimiento. Muchas personas dicen tengo horas de oficina.

Básicamente, es que ven su calendario y dicen, voy a dar tres horas el viernes, cada viernes voy a tener tres horas abiertas. Imagínate que es mi oficina y vas a entrar a mi oficina y te voy a responder cualquier pregunta. Ahora, como todo es virtual, dicen que es oficina, tienes que agendar y te toman las llamadas por Zoom, por ejemplo. En lugar de ir a la oficina. Es algo súper común, el término súper común.

>> Como que perdimos a Janet, ojalá que pueda regresar. Mientras, ¿algo más? ¿Otro comentario o pregunta? ¿Algo que no quedó claro? Preguntas, en general esto es lo que han hecho, sé que están separadas, todos los días hubo otras 20 personas en el grupo de inglés que tuvieron diferentes preguntas y todo, pero las separamos para que ustedes puedan hacerlo todo en español, pero ustedes son parte de un grupo más grande, como de 25, 26 personas que sexo

personas que se escogieron de unas 100 personas. Que se sientan muy orgullosas, imaginen que era en persona y tuvieran que ponerse su ropa de negocio y estar en la oficina. Es lo que acaban de hacer.

Un aplauso para ustedes por terminar. Estoy súper orgullosa de ustedes, no se den por vencidas y sigan aplicando para más programas.

Ok, ya regresando Janet y vamos a tomar otra pregunta de Janet y luego me encantaría hacer, voy a parar esto. Me quería tomar una foto con todas, si podrían prender la cámara. Janet, ya estás con nosotros. Si quieres repetir la última pregunta, no recuerdo cuál era.

>> Sí, era que sí me gustó mucho y estoy pensando en otras señoras que estoy segura que les encantaría participar. Entonces, una de las cosas sería, cuándo serían las próximas fechas, pero también pensando en una de ellas, no tiene documentación. So, ¿hay algún problema con eso? O sea, ¿no?

>> No, hay talleres que, la mayoría... Depende. Esta como lo hicimos por Worforce Solutions, como son fondos estatales, tienen que preguntar, el proceso tiene más pasos. Pero otros como, por ejemplo, si se apuntan a un emprendimiento de Houston Community College, no les pregunta a un nada. Pero normalmente cuando ven una pregunta en un taller de estos, es porque tal vez los fondos que recibió esa organización para dar el taller gratis tal vez viene del gobierno y tiene que reportar. Pero no

Y para tu amiga, le recomiendo [inaudible], tienen muchísimas cosas, especialmente para personas que no tienen seguro.

>> Ok, ok. Pero y en el caso de los grants, ¿eso también pueden aplicar estas personas?

>> Para eso, si te acuerdas digo que cada una tiene diferentes reglamentos. Entonces, hay unas que no, hay unas que sí.

>> Ok, ok. Déjame ver qué otra cosa era. El negocio, por ejemplo, tengo otra amiga que le gusta cantar y ella quisiera, por ejemplo, hacer un CD para promocionarse. ¿Eso también funciona?

>> Sí, exactamente. En su creación de música, ella es artista o lo va a ser en su proceso, pero en la función, cómo agarro que personas escuchen mi canción, en qué redes tengo que usar, cómo me puedo promover, eso por ejemplo, lo de mercadotecnia y promoción digital, publicaciones digitales, ese taller, por ejemplo, súper bueno para ella. Y también lo de las finanzas, súper bueno para ella. Para hacer la música, pero luego vas a empezar a vender o quieres hacer

conciertos o te quieres apuntar para me contraten para trabajar en eventos.

>> Exactamente. Y otra pregunta con respecto a eso. Pasa algo, porque somos católicas, ¿podría ser, no hay problema de que su música sea católica? Que su negocio sea.

>> No, para nada.

>> Ok.

>> Por nada.

>> Es que hay tantas cosas, que uno no sabe, pero tiene que preguntar.

>> Por eso esta sesión.

>> Sí, exacto. Ok. A ver... Sí. Si uno comienza con una idea y haciendo el plan todos los primeros pasos, te das cuenta que quizás no era por ahí o no es esa rama del negocio que uno quiere, ¿puede cambiarlo?

>> Sí, mira, qué perfecto. Tengo este librito que sin intención, pero aquí empecé a escribir, cuando venía una idea de negocio, la escribía. Y hasta empecé a hacer, voy a empezar a hacer los procesos que me dicen, ¿verdad? Siempre empiezo con el Canvas, es algo que se puede terminar en 15 minutos. Si no lo pienso mucho, cómo lo puedo hacer. Y ahí mismo, como que esta parte va a ser muy difícil, no estoy segura. Y especialmente si es alguien que tiene muchas ideas

, haz el Lean Canvas para todas las ideas. Y vas a decir, esta no, voy a seguir explorando estas. Porque también si vas a hacer un negocio, tiene que ser algo que realmente te apasiona, porque tú eres la que va a vender al fin del día, aunque después crezcas y tienes un departamento de ventas y eso. Pero te van a comprar a ti, están comprando porque la persona que lo hizo es súper apasionada sobre el producto o el servicio.

>> Exacto. Sí, sí, tendría que hacer eso, estar apasionada, por eso del modo de poder uno enfocarse de las opciones que tenga, enfocarse y ver qué tan realista puede ser el negocio. Y, por supuesto, con la ayuda, por lo menos de Mimi o alguna asociación así.

>> Se cortó otra vez para mí. Ok, se me cortó otra vez, disculpa, Janet. Pero sí. Tal vez si apagas el video, como estamos teniendo problema con su señal. A veces, si apagas el video, se te hace más fácil el audio. Bueno. Y aquí de una vez les comparto mi correo personal para cualquier cosa. Me mandan a mí esto y no estoy segura cómo se agrega lo de WhatsApp, pero tengo WhatsApp y me mandan un mensaje y me

pueden enviar mensaje de audio si es más fácil.

>> Vas a invitar a la inauguración.

>> Escribí mal el correo, siempre se me olvida la t. Es el segundo, no el primero. Bueno, si pueden, por favor, prender sus cámaras para una foto y después de eso ya terminamos.

>> Para dónde va esta foto.

>> Vamos a combinar las del, las que estaban tomando la sesión en inglés, la queremos combinar con esta, para que vean todas las personas que estaban tomando.

>> Y no vamos a salir en noticias 45.

>> Llamen, díganles, porque nos dejaron hacer la promoción, porque honestamente, les comparto que no habíamos recibido ninguna aplicación en español. Yo me tomé horas traduciendo para hacer en español. Y no fue hasta que nos dieron una oportunidad por dos minutos hacer promoción en Univisión y de ese día, me llegaron las aplicaciones.

>> De ahí agarré yo.

>> Sí, yo también.

>> ¡Oh! Dios mío.

>> Michelle, no soy promotora ni nada que ver con eso, pero creo que también podría funcionar que les dijeras a ellos que sí estuvimos en las clases.

>> Ahorita, cuando paramos, si podemos grabar o si me mandan ustedes o como sea, ahorita tomamos la foto y luego si podemos grabar como un mensaje, para que se lo mande yo a Univisión.

>> Pero significando muy fea.

>> No, es para que ellos lo vean y luego así ya nos dan más oportunidades de tener esa plática. A mí me hubiera encantado que cuando escogimos las mujeres que lo iban a hacer en español, hubieran dando la chance, estas son las que escogimos.

>> Es bien bonito que le den la oportunidad a uno, porque yo me siento realizada ahorita.

>> Sí estoy, todas. Imagínense que esto fuera en el centro y fueran las seleccionadas, fue todo en español para ustedes, pero son parte de un grupo grande de personas. Por eso estamos aquí, para que más oportunidades lleguen.

>> Qué bonito, la verdad que sí.

>> Voy a llorar. Ok, quién va a hacer la foto.

Bueno, ahí nos va. Dinos cuándo.

>> Una, dos, tres. Otra más, otra más.

>> Y si haces una, Celina, sí puedes ocultar a las que no están con imagen. Y se las vamos a mandar a ustedes también cuando la combinemos toda la clase, para que digan, ahí estuve.

>> Dónde está eso.

>> Está, donde dice video, las herramientas, y abajo dice, esconder a los participantes que no tienen video.

>> Una más.

>> Bueno, gracias.

>> Gracias.

>> Muchísimas gracias a todas, que tengan un buen fin de semana, ahí les vamos a mandar toda la información, las grabaciones de los talleres también, lo pueden ver otra vez en tu propio paso. Y ahí les dejé la información, estamos en contacto.

>> Gracias, gracias, encantada.

>> Éxito