



PROGRAMA DE FORMACIÓN DE MICROEMPRESARIOS

MÓDULO TECNOLÓGICO



RIF: J-07013380-5



PROGRAMA DE FORMACIÓN DE MICROEMPRESARIOS

MÓDULO TECNOLÓGICO

El Programa de Responsabilidad Social de Banesco Banco Universal tiene entre sus pilares la inclusión y la educación financiera de los venezolanos. Es por ello que en 2008 iniciamos el Programa de Formación de Microempresarios con la intención de que hombres y mujeres que decidieron iniciar su negocio propio puedan mejorar las condiciones de su entorno y el de sus familias. Nuestro compromiso es seguir aportando herramientas gerenciales y tecnológicas a nuestros microempresarios.

"La gente tiene habilidades que permanecen inutilizadas, y que son capaces de cambiar su propio destino si se le dan las oportunidades correctas"
Muhammad Yunus

Contenido

1. Conociendo la tecnología para hacer crecer mi negocio.....	2
2. Creando documentos para organizar mi negocio.....	9
3. Fortaleciendo la comunicación corporativa de mi negocio.....	20
4. Conectando mi negocio en las Redes Sociales.....	29
5. Aumentando la creatividad y la productividad con aplicaciones.....	39
6. Creando fotos que venden.....	43
7. Conociendo la tecnología de los medios de pago.....	47



RIF: J-07013380-5

1. CONOCIENDO LA TECNOLOGÍA PARA HACER CRECER MI NEGOCIO

Objetivo

En esta lección conoceré los recursos tecnológicos más importantes utilizados en el mundo empresarial, y su utilidad en beneficio de mi negocio.



Introducción

Hoy día es muy difícil concebir la puesta en marcha de un negocio sin incorporar algo de tecnología, bien sea para comunicar, conectar, vincular, procesar o hacer más productiva la empresa.

La competitividad irá en aumento a medida que los procesos del negocio sean más ágiles, oportunos, atinados y efectivamente comunicados. Este hecho es conocido por los empresarios, quienes se mantienen en la búsqueda de recursos tecnológicos que sirvan de engranaje para lograr sus objetivos.

El primer paso es conocer cuál tecnología está disponible para el emprendedor, pues es necesario evaluar las necesidades de este tipo de recursos y planificar su adquisición, con el fin de potenciar el nacimiento de la nueva empresa.

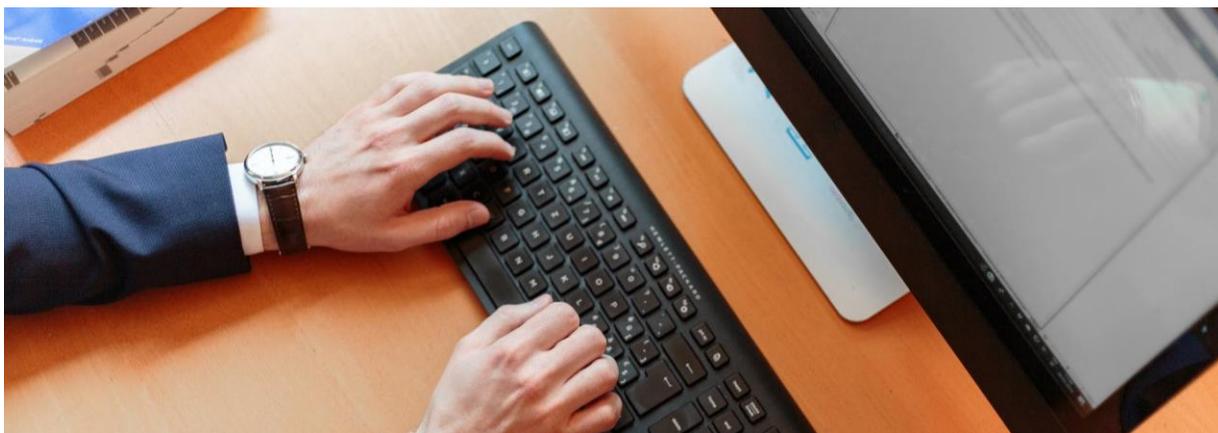
¿Qué es un recurso tecnológico?

El negocio cuenta con recursos humanos, financieros, materiales y tecnológicos. Estos últimos son herramientas que permiten almacenar datos intangibles de la empresa, considerando que dichos datos son también recursos tecnológicos. Vale destacar que estos recursos se clasifican en:

- **Tangibles:** Son los que se pueden observar a simple vista. Es decir, se pueden tocar, tienen características físicas y son medibles.
- **Intangibles:** Se compone de datos, información y software. Se pueden observar a través de algún recurso tangible.

trabajar en muchas áreas al mismo tiempo. Al ser sistemas independientes, se puede trabajar con él sin recurrir a otro recurso.

Es importante señalar que, aunque a través del teléfono móvil se puede gestionar eficazmente el correo electrónico, modificar documentos, usar aplicaciones, etc., solo será efectivo para hacer tareas sencillas y generar respuestas cortas. Al momento de redactar un documento o elaborarlo con más formalidad, puede resultar difícil, por lo que es probable que se tenga que recurrir a otro dispositivo más apropiado.



Computadora de Escritorio

La computadora de escritorio es ampliamente conocida y utilizada. Es una máquina que se instala y se utiliza en un sitio fijo, por lo que ofrece la posibilidad de crear estaciones fijas de trabajo, configurando de esta manera un ambiente que facilita el trabajo organizado.

Los negocios deben contar con computadoras de escritorio para actividades clave, como: navegación por internet, actividades multimedia, la gestión administrativa a través de sistemas, usar la paquetería de oficina u Office, etc.

A partir de dos computadoras de escritorio se puede crear una red interna para el negocio, que facilitará la tarea de compartir archivos, sistemas y recursos como impresoras, etc.

Al incorporar una computadora de escritorio al negocio, es importante que cuente con las siguientes características básicas:

- ✓ Procesador Core i3, o Core i5.
- ✓ Memoria RAM de 4 GB a 8 GB.
- ✓ Disco Duro de 500 GB o superior.
- ✓ Pantalla entre 13" a 15".
- ✓ Entradas USB 3.0, Multilector de tarjetas y USB-C o Thunderbolt.

Cuando se trate de instalar una estación de trabajo para un diseñador gráfico, diseño arquitectónico u otros oficios que requieran procesar y almacenar imágenes de grandes dimensiones, se deben considerar las siguientes características:

- ✓ Procesador con una velocidad de frecuencia de al menos 3 GHz. Además, tomar en cuenta el número de núcleos y su rendimiento. Intel Core o un AMD Ryzen, son los mejores.
- ✓ La memoria RAM debe ser de al menos 16 GB, junto con un sistema de memoria DDR4 y una velocidad de 2400 MHz en adelante.
- ✓ Contar con tarjeta gráfica, que es un dispositivo que ayuda el CPU a acelerar el procesamiento de imágenes.
- ✓ Se recomienda trabajar con dos discos duros. Uno tradicional de tipo mecánico de preferencia debe ser de 1 TB y otro un disco de estado sólido (SSD). Se sugiere que sea de 256 GB o 500 GB.
- ✓ Entradas USB 3.0, Multilector de tarjetas y USB-C o Thunderbolt.



Tableta (Tablet)

Este recurso tecnológico es de gran versatilidad. Las tabletas son aparatos que se asemejan a un teléfono, pero de mayor tamaño, con funciones de una computadora de menor tamaño. Sus pantallas táctiles permiten un manejo portátil, sencillo y directo, estimulando la creatividad, y facilitando el ingreso de datos.

Poseen sistema Android o el sistema integrado en el iPad de Apple.

Se suelen utilizar en reuniones o en situaciones que generen apuntes o notas. Con una tableta se trabaja sobre la marcha, con acceso remoto a Microsoft Office y navegadores de internet. También suelen usarse para gestionar sistemas de atención al cliente (CRM), gestionar proyectos, crear contenidos, analizar datos, potenciando la productividad y la gestión del negocio.

Su disco duro integrado permite almacenar una gran cantidad de información. La visual de su pantalla permite recrear presentaciones tipo catálogo que puedes emplear para impresionar a tus clientes en reuniones cerradas.

Es muy conveniente su uso durante viajes, debido a su ligereza y fácil resguardo. También se pueden usar para realizar y recibir llamadas y servicios de mensajería.

Si deseas duplicar la pantalla en un proyector, puedes usar cables con adaptadores como el HDMI.

Computadora Portátil (Laptop)

Con la computadora portátil, llevamos el entorno de trabajo con nosotros. Esto tiene una gran influencia en la productividad del trabajo, pues las labores se pueden realizar estemos donde estemos.

La Laptop es una versión portátil de la computadora de escritorio. Inclusive, al adaptar un ratón y demás accesorios se puede usar como una computadora de escritorio con la misma comodidad. Pero es su versatilidad lo que la distingue de una computadora de escritorio, pues se puede transportar en un maletín y utilizar por horas con suficiente carga de batería.



Proyector de Video (Video Beam)

Es un aparato que recibe señales de entrada de audio/visuales y emite una imagen o video sobre las superficies planas, que en la mayoría de los casos son pantallas apropiadas para la proyección.

Se utilizan para hacer presentaciones importantes, conectado a una computadora, Tablet, laptop o directamente de una memoria USB, duplicando la pantalla para proyectarla a la audiencia. Se usan en capacitaciones, reuniones, eventos o ferias, etc.

A la hora de incorporar este equipo al negocio es importante prestar atención a los puertos de conexión que posea el equipo. Mientras más puertos tenga, mejor, porque permitirá conectarse a un mayor número de dispositivos.

Otro aspecto a considerar es la velocidad del proyector, que se configure de manera sencilla y tenga una resolución óptima. Cuanta más resolución posea mejor será la calidad de la imagen, como en high definition (HD).

Cámaras

En la actualidad los smartphones poseen cámara fotográfica. Sin embargo, contar con una cámara distinta a la del teléfono móvil debe responder a una necesidad concreta del negocio.

Hay cámaras digitales que pueden ser de gran utilidad para tu emprendimiento, ya que se emplearían de manera especial para retratar y posteriormente diseñar aquellas imágenes que van a fortalecer la creación de valor en el negocio. En este sentido, el área de mercadeo debe

determinar la importancia de este equipo, y las necesidades reales en cuanto a sus componentes técnicos.



¿Cómo elegir una cámara para mi emprendimiento?

- Debes decidir para qué quieres la cámara y sus características esenciales.
- Evaluar si la cámara se usará solo para fotografía o el negocio requiere grabación de videos.
- Verificar que la duración y formato de la grabación de videos sea la esperada.
- Estar atento a la capacidad de memoria. Hay que valorar tanto la capacidad interna, como la posibilidad de ampliar la memoria externa.
- Que sea fácil de usar y configurar.
- Sus características físicas: peso, tamaño.
- La resolución de las imágenes.
- La duración y recarga de la batería.

Dispositivos de conexión a Internet

Si bien el internet es vital hoy día para todos los negocios, hay que identificar por cuál medio se puede obtener. A la hora de emprender, contar con una fuente de conexión a internet puede hacer la diferencia entre tu negocio y otro.

¿A través de cuáles dispositivos se puede obtener conexión a internet?

- Con un router móvil, que exigirá una tarifa de datos móviles y cobertura. Se puede usar para conectar varios dispositivos a la vez.
- Con el punto de acceso móvil, es decir, compartir Wifi con el teléfono.
- Con Wifi USB, que es un pequeño modem que se conecta por USB a la computadora portátil y contiene una tarjeta SIM que es la fuente de internet, a través de una operadora de telefonía móvil.
- Con redes públicas, en algunos lugares donde se permita la conexión wifi sin contraseñas.

Otros recursos

- ✓ Memorias USB, que permiten el transporte de grandes cantidades de información en un espacio físico súper reducido, además de una excelente fuente para la reproducción de determinados formatos (audio e imagen).
- ✓ Televisores pantalla plana para oficinas, con herramientas y funciones de trabajo, pizarras interactivas con escritura, borrador, notas, también con una interface de computadora disponible, con conexión para USB e internet.
- ✓ Captadores de pedido (PDA) para la captación y preparación de pedidos para el cliente final. Es un recurso empleado para la gestión de almacenes de forma digital, de manera ágil y enviando información a la sede matriz. Es útil para empresas que cuentan con grandes dimensiones, así como industrias, supermercados, grandes almacenes, pues sirve para gestionar el inventario y conocer el estatus de cualquier pedido en tiempo real. Debe contar con internet para vincularlo a la base de datos.

Recomendaciones

- ✓ Equipar a los ejecutivos o gerentes del negocio con computadoras portátiles.
- ✓ Para los creativos, vendedores, gestores de contenido, se recomienda el uso de laptops y tabletas.
- ✓ Para el personal administrativo, de escritorio, se recomienda el uso las computadoras de escritorio con impresoras.
- ✓ Para diseñadores, analizadores de datos, programadores, se recomienda el uso de computadoras especializadas de gran capacidad.
- ✓ Para todo el equipo se recomienda el uso del smartphone.

¿Cuáles recursos tecnológicos necesito en mi negocio?

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PROPÓSITO	FRECUENCIA DE USO	VIDA ÚTIL	COSTO

Y recuerda...

Debes elegir equipos tecnológicos por su funcionalidad y no solo por su diseño exterior. Fíjate bien en las características técnicas de los equipos para que incorpores la mejor tecnología a tu negocio.

2. CREANDO DOCUMENTOS PARA ORGANIZAR MI NEGOCIO

Objetivo

En esta lección lograré diseñar documentos, presentaciones y formatos necesarios para organizar mi negocio, empleando las principales aplicaciones de escritorio de Microsoft Office.



Introducción

Office es un paquete de programas de Microsoft ampliamente usado en el mundo. A la hora de emprender, es una poderosa herramienta que facilita la elaboración de trabajos que permitirán organizar las actividades de la empresa, convirtiéndose en un medio para crear sistemas de gestión muy sencillos y prácticos.

Tu experiencia personal en el uso de Office puede servirte de base para iniciar una nueva etapa como emprendedor.

¿Qué es Microsoft Office?

Microsoft Office es un conjunto de aplicaciones para la empresa que permite crear y transmitir información entre socios, colegas y clientes de una forma sencilla y con un sistema de trabajo único.

Del paquete Microsoft Office son muy conocidas las utilidades **Microsoft Word, Excel y Outlook incluso PowerPoint**, pero ¿Crees que esto es todo? pues no. Mira la lista de los paquetes que puedes usar en tu emprendimiento:

1. **Microsoft Word:** Puedes editar textos, crear tablas, gráficos, diseñar portadas y en definitiva crear documentos profesionales y de uso empresarial.

2. **Microsoft Excel:** Puedes calcular datos según valores que vayas introduciendo, diseñar tablas, hacer gráficas. También puedes diseñar hojas de cálculo para la gestión de tu negocio.
3. **Microsoft PowerPoint:** Sirve para hacer presentaciones y exponerlas al equipo o clientes, mediante un proyector de video o a través de una red informática.
4. **Microsoft Outlook:** Puedes gestionar los contactos, los del móvil o del PDA por ejemplo. Igualmente puedes usarlo para tomar notas y para enviar o recibir correos electrónicos.
5. **Microsoft OneNote:** Esto es como un post-it pero digital, un software de gestión de información del día a día. Permite ir tomando apuntes rápidos, por ejemplo, si te llaman por teléfono y luego puedes consultarlos sin problema, sin necesidad de abrir un programa.
6. **Microsoft Access:** Se usa para almacenar información en bases de datos. Luego de almacenada dicha información podrás manejarla y trabajarla resaltando criterios de acuerdo a tu interés.
7. **Microsoft Publisher:** Sirve para hacer publicaciones impresas como diseñar un tríptico, un folleto, sobres, boletines, prospectos, postales, tarjetas e incluso también plantillas para enviar por e-mail o hasta una para crear una página web.
8. **Microsoft Visio:** Es un software que sirve para hacer diagramas de todo tipo. Viene con imágenes y componentes integrados. Puedes hacer (dentro de la categoría Ingeniería) diagramas de flujo del proceso, sistemas de control industriales, electricidad básica o energía de fluidos, de igual forma permite diseñar un plano de planta o diseñar oficinas.
9. **Microsoft Groove:** Sirve para colaboración entre varias personas, por ejemplo, un equipo que trabajan en un proyecto y no se encuentran en la misma oficina, pueden trabajar más fluidamente con este tipo de software.
10. **Microsoft InfoPath:** Sirve para diseñar impresos “formales” como un formato para una reunión, un informe de horas de trabajo o documentos de este tipo que serán impresos y rellenados a mano.

¿Cómo puedo aprovechar los programas de Office?

Al contar con el paquete Microsoft Office, se tiene a disposición un conjunto de aplicaciones que sin duda aportarán valor a tu negocio. Vale la pena tomarse un tiempo para diseñar los encabezados de las cartas, crear formatos que luego servirán de guía para recopilar información relevante del negocio y gestionar un sistema de carpetas para ir almacenando los documentos de acuerdo a los criterios más convenientes.

Es importante que comiences a separar la información personal de la información que genera el negocio. En tu computadora puedes crear dos usuarios para distinguir tus archivos personales, de los archivos de tu emprendimiento. Mantener el orden de la información facilita su engranaje y su uso es más eficiente.

Los programas de Office serán de gran utilidad en la medida que te vayas familiarizando con sus funciones, desde las más básicas hasta los niveles avanzados.

En el portal ***www.gestion.pe*** encontrarás cursos gratuitos que ofrece Microsoft para los interesados en ampliar sus habilidades en el manejo de sus programas. Solo ingresa la

expresión “34 cursos gratis online de Microsoft Office para mejorar tu productividad” en la sección “buscar” de esta página web. Además, en múltiples portales de internet podrás encontrar y descargar colecciones de plantillas y microsistemas de gestión que te servirán de base para configurarlas, de acuerdo a tus propias necesidades.



Diseñando una Propuesta de Servicio

Una propuesta de servicio es un documento en el que se describen los servicios que estás dispuesto a proporcionar a tu cliente. Debe ser:

- ✓ **Personalizada:** Está dirigida a un cliente en particular.
- ✓ **Gráfica:** Usar diagramas, figuras o elementos visuales para explicar mejor cada componente de la propuesta.
- ✓ **Clara y concisa:** Fácil de leer y entender por parte del cliente.

No hay una fórmula única de diseñar una propuesta de servicios. Su forma varía según los estándares de diseño de tu negocio. Es decir, los colores, el tipo de letra, las imágenes, etc., se seleccionan en función de la paleta de colores y formas que definan tu imagen corporativa.

La presentación de la propuesta y el argumento son obligatorios. Los precios también deben estipularse en la presentación, en la que debes detallar también cuestiones como cronogramas de entrega. No olvides incluir tus datos de contacto.

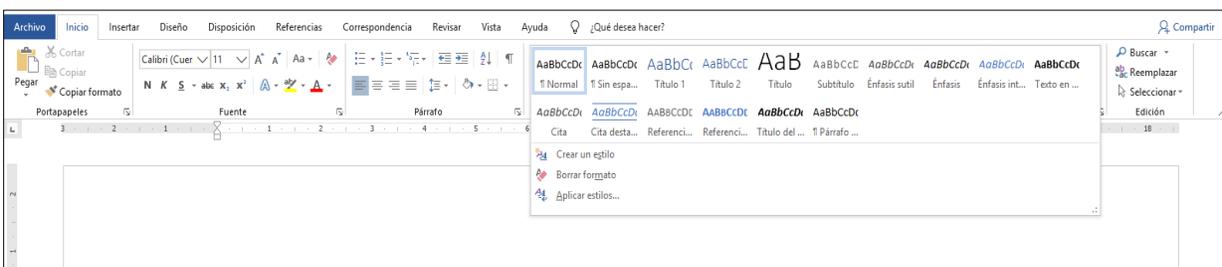
Hay que ser creativo cuando elabores tu propuesta comercial. Si sales de lo convencional y muestras soluciones diferentes e innovadoras, tus oportunidades de éxito aumentarán. Pero atención: no exageres, sé realista.

El lenguaje también es importante. Debes ser claro y objetivo, sin abusar de términos técnicos. Es fundamental que la propuesta contenga toda la información necesaria de forma clara.

Antes de hacer una propuesta debes comprender a tu cliente. ¿Cómo es? Identifica cuáles son las preocupaciones de las personas que trabajan en la empresa a la que apuntas, cuáles son sus políticas operacionales y cuál es la filosofía de gestión que practican. Identifica lo que les gusta y lo que no les gusta, tiempo en el mercado, quiénes son los responsables de tomar decisiones, cuáles son sus principales productos y servicios y quiénes son sus competidores directos.

Para elaborar una Propuesta de Servicios, empleando Microsoft Word, sigue los siguientes pasos:

1. Inicia la aplicación Word desde tu computadora o laptop, para crear un documento nuevo.
2. En el menú **INICIO**, observa la galería de **ESTILOS**. Configura o modifica el estilo de cada elemento del documento, según tu preferencia de tamaño de letra, color, fuente, etc.:



3. Crea el título de la Propuesta. Selecciónalo y aplica el estilo *Título*.
4. Identifica tu negocio. Puedes usar la configuración del estilo *Normal*. Coloca el nombre, número de Registro de Información Fiscal, teléfono, correo, cuentas de redes sociales, nombre de la persona contacto, etc.
5. Según tu creatividad y el orden de importancia que consideres, usa los estilos *Título 1*, *Título 2*, *Subtítulo* para organizar el esquema de presentación de la propuesta, de los elementos que siguen a continuación:

-Resumen: Haz un breve resumen de la propuesta y cómo puede ésta ayudar a tu cliente.

-La Necesidad: Antes de presentar una propuesta comercial tienes que saber lo que busca tu potencial cliente y cuáles son sus necesidades. Puntualiza las necesidades, problematiza la situación, con indicadores y argumentos que den validez al planteamiento. Entonces, ¿Qué necesita tu cliente que tú puedes resolver?

-Objetivos: Diseña los objetivos, y expresa de manera clara lo se quiere lograr a través de la propuesta. Recuerda que los objetivos deben ser medibles y factibles y resolver directamente las necesidades identificadas anteriormente.

-La Propuesta: Redacta la propuesta. Proporciona información detallada. Si lo deseas, también puede incluir los resultados de investigaciones relacionadas, el historial de proyectos y otros factores adicionales que repercutan en las necesidades del cliente, como las tendencias socio económicas o las normativas inminentes. Desarrolla la propuesta comercial.

-Razones: Describe las razones que te han llevado a desarrollar el proyecto tal como lo has propuesto. Es posible que debas justificar por qué has elegido este método en particular.

-Estrategia de ejecución: Resume tu estrategia con base en el estudio realizado sobre las necesidades del cliente, su experiencia en el suministro de servicios parecidos a otros clientes, etc.

-Método técnico del proyecto: Describe los detalles sobre cómo se administrará el proyecto de principio a fin. Esto incluirá las metodologías específicas para completar las entregas, herramientas y técnicas de administración del servicio, comunicaciones con el cliente, métodos para evaluar y mitigar riesgos, y cómo se evaluará el servicio.

-Recursos: Describe los recursos de que dispones o que tienes previsto adquirir, como contratistas calificados, dispositivos y tecnología.

-Entregables del Servicio: Elabora el siguiente cuadro, creando una tabla en tu documento, en el que describirás los aspectos concretos que serán visibles tras la prestación del servicio:

ENTREGA	DESCRIPCIÓN

-Tiempo: Resume la escala de tiempo de los eventos relacionados con el servicio de principio a fin. Es una cronología de acciones propuestas. Aquí debes asignar a las diferentes tareas y acciones que se harán, estableciendo su tiempo de ejecución junto a los objetivos a alcanzar. Inserta una tabla de cuatro columnas y número de filas según sea necesario, de la siguiente manera:

DESCRIPCIÓN	FECHA DE INICIO	FECHA DE FIN	DURACIÓN

-Material proporcionado: De ser el caso, debes señalar cuál material debe ser proporcionado por el cliente para que sea posible prestar el servicio. Inserta una tabla en el documento indicando:

MATERIAL QUE DEBE SER PROPORCIONADO POR EL CLIENTE	FECHA DE ENTREGA

-Resultados esperados: Describe los resultados esperados del servicio y por qué su método permitirá la consecución de dichos resultados

-Beneficios financieros: Demarca las bondades y beneficios que reportará la prestación del servicio, bien sea en reducción de costos, en el aumento de ventas u otro mecanismo.

-Beneficios técnicos: Señala los beneficios y aportes técnicos que dejará la prestación de tu servicio, como valor añadido a tu cliente.

-Propuesta económica: En este apartado hay que calcular cuánto va a costar mejorar la situación de tu cliente, presentando un presupuesto por tus servicios. Puedes elaborarlo de la siguiente manera, insertando una tabla en tu documento:

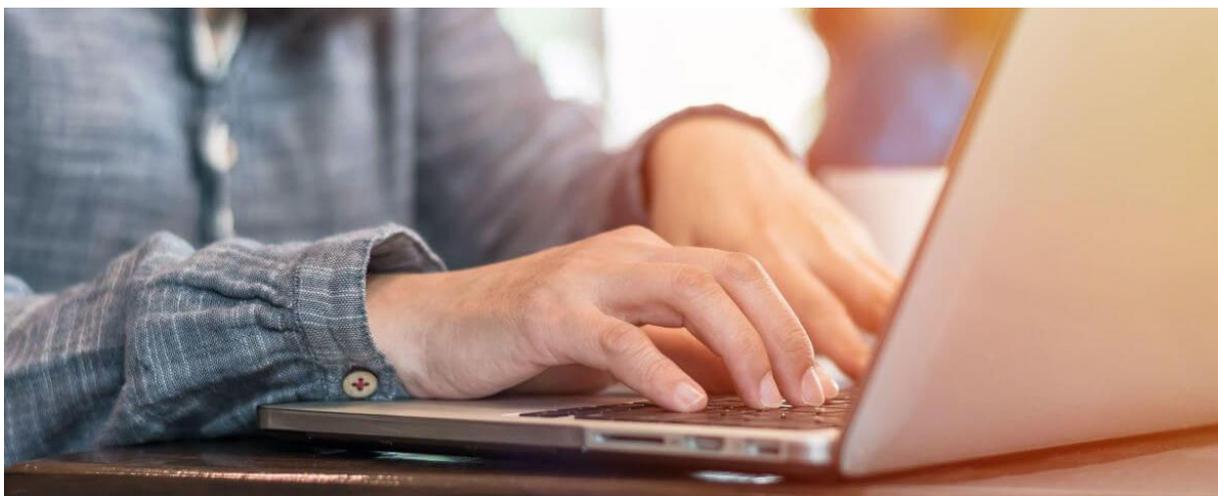
COSTOS DEL SERVICIO 1	PRECIO
COSTOS DEL SERVICIO 2	
COSTOS DEL SERVICIO 3	
Total	

-Referencias: De ser necesario, haz una lista de tus clientes más destacados, indicando su contacto para dejar evidencia de tu responsabilidad y buen servicio. Esto servirá de referencia para generar confianza a tu nuevo cliente.

-Conclusiones: Cierra la propuesta resaltando los aspectos más importantes y lo valioso que será para tu cliente tenerte como proveedor de servicios.

Recuerda que la creatividad y la persuasión es el ingrediente clave para lograr conectar con tu cliente, y Microsoft Word es una herramienta muy buena para plasmar tu propuesta de servicios para captar su atención.

¡Éxito!



Redactando cartas comerciales

A menudo se requiere la consignación de cartas que revisten un carácter más formal a la comunicación con clientes, proveedores, entes públicos, etc.

Contar con una colección de cartas, preliminarmente diseñadas, hará que tu negocio se proyecte como una verdadera empresa. Las cartas comerciales suelen usarse en los siguientes casos:

1. Informar sobre los productos, servicios o promociones de tu negocio.
2. Confirmar pedidos o acusar recibo de algún envío.
3. Enviar facturas, presupuestos o algún producto.
4. Cartas de agradecimiento, solicitud, referencias.
5. Cartas de entrega de documentos a organismos públicos.
6. Cartas de entrega de donaciones.
7. Otras relacionadas a la actividad comercial.

Microsoft Word es el programa informático ideal para diseñar y redactar cartas, circulares, memorandos, anuncios y demás oficios que necesitarás en tu negocio. Para ello debes tomar en cuenta los siguientes elementos:

1. Definir un diseño estándar para todas las cartas y demás comunicaciones que redactarás durante al menos un año. Es decir, establecer previamente los siguientes parámetros: tamaño del papel, margen, fuente y tamaño de letra, encabezado, logotipo, pie de página, diseño del fondo de la hoja (color o marca de agua), etc.
2. Mantener un estilo de redacción cordial y respetuosa.
3. Conocer bien el nombre, cargo e institución del destinatario.
4. Llevar un orden correlativo de las cartas y comunicados elaborados, a fin de mantenerlas en archivo digital y usarlas de referencia cuando sea necesario.
5. Archivar todas las cartas, según un orden establecido, en una carpeta en digital, con su respectivo respaldo.

A continuación, podrás ver los elementos básicos de una carta comercial:

1. **Membrete:** Corresponde al nombre, dirección, logo y otros datos de identificación de tu negocio
2. **Lugar y fecha:** Corresponde al lugar y fecha de elaboración de la carta.
3. **Destinatario:** Datos que identifican a la persona o entidad a quien se le dirige la carta.
4. **Asunto:** Se refiere a un texto de una línea que resume el motivo de la carta.
5. **Saludo:** Un breve mensaje de cortesía para dirigirse al destinatario.
6. **Contenido:** De manera cordial y respetuosa, expresar el motivo de la carta de manera más amplia. Se recomienda ser natural y directo.
7. **Despedida:** Es el cierre de la carta que, como el saludo, es un texto de cortesía.
8. **Firma:** Nombre de la persona responsable de lo dicho en la carta.
9. **Sello:** Una vez impresa, es conveniente usar el sello húmedo de tu empresa. En caso de ser digital, es probable que algunas empresas empleen sello digital.
10. **Anexos:** En caso de existir, se debe indicar si hay anexos y el título del mismo.

Modelo de Carta Comercial



Creando una presentación corporativa

Presentar tu negocio a una audiencia o a través de internet es muy sencillo, usando una presentación de Power Point. Recuerda que este programa es uno de los que ofrece Office para facilitar la visualización de contenidos de manera clara y amena.

Las posibilidades que ofrece Power Point actualmente son amplias. Puedes incluir archivos de otros formatos en las diapositivas, como archivos multimedia, otros programas de Office, etc. También permite que la presentación contenga efectos visuales, y de sonido. Estas bondades permitirán que cualquier presentación sea una herramienta de capacitación o de marketing de alto impacto.

Veamos cómo planificar una presentación corporativa para tu negocio:

1. Debes tener claro tu negocio, su filosofía de gestión (misión, visión, valores, historia).
2. Debes contar con imágenes representativas de tu negocio, que sean de calidad, que proyecten lo mejor de tu trabajo y te conecten con la experiencia de tus clientes.
3. Sé directo y claro a la hora de redactar, procurando usar más imágenes que texto.
4. No hay que exagerar en las animaciones, manteniendo la elegancia y el interés de los lectores o audiencia.
5. Define una paleta de colores que haga juego con la imagen de tu negocio, que describa tus valores y proyecte tu razón de ser.

Partes esenciales de tu presentación corporativa:

1. Portada o intro con el nombre de tu negocio, logotipo, slogan, contacto de redes sociales, hashtags que usas con frecuencia, etc.
2. Breve historia de tu negocio o empresa.
3. Declaración de la misión, visión y valores.
4. Gama de productos o servicios que ofreces en tu negocio.
5. Cifras clave de los logros alcanzados hasta el momento, productos de mayor éxito.
6. Experiencias y testimonios de clientes, proveedores, comunidad, etc.
7. Premios, reconocimientos, certificaciones, etc.
8. Toda la información de contacto.
9. Frase final, de carácter motivadora, para estimule el querer saber más sobre tu negocio.



Ahora puedes comenzar a usar Power Point y sacarle el mayor provecho en tu emprendimiento.



Elaborando presupuestos

Un presupuesto es la representación financiera de un conjunto de gastos que se planean hacer. A la hora de planificar tus compras, puedes solicitar un presupuesto a fin de evaluar la factibilidad de la misma. Igualmente, como emprendedor deberás elaborar presupuestos para tus clientes, quienes evaluarán tu oferta para luego proceder a la compra.

En consecuencia, elaborar presupuestos en respuesta a solicitudes de tus clientes es una tarea de rutina. Por ello, revisa el siguiente formato y adecúalo a las particularidades de tu negocio. Utilizando el programa Microsoft Excel es muy sencillo llevar un archivo con los presupuestos que prepares.

	A	B	C	D	E	F
1	LOGOTIPO	Nombre tu empresa Registro de Información Fiscal Dirección Teléfono – Correo – Redes Sociales				
2	PRESUPUESTO					
3	CLIENTE				N°	
4	DIRECCIÓN				FECHA	
5	TELÉFONO				ELABORADO POR	
6	CORREO				VÁLIDO HASTA	
7	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD		PRECIO UNITARIO	TOTAL	
8					=D8*E8	
9					=D9*E9	
10					=D10*E10	
11					=D11*E11	
12					=D12*E12	
13					=D13*E13	
14					SUBTOTAL	$\Sigma(F8:F13)$
15					IVA	(Alícuota) % =F14*E15
16					TOTAL PRESUPUESTO	=F14+F15
17	SELLO Y FIRMA			DATOS PARA EL PAGO		

Llevando el control de mi negocio con Excel

En el tema 5 del manual del Módulo Administrativo del Programa de Formación de Microempresarios, llamado “Organizando mi negocio”, encuentras algunos formatos de control administrativo y financiero que podrás extrapolar al programa Microsoft Excel. Al hacerlo, pasarás de una gestión manual a una gestión automática de tus cuentas y transacciones, pues al vincular las fórmulas y funciones en Excel sólo deberás mantener al día los datos e interpretar los resultados que vayas obteniendo.

Será valioso el tiempo que te tomes en configurar tus hojas de Excel, ya que en adelante te ahorrarás mucho tiempo y minimizarás el margen de error en los cálculos y estimaciones financieras.

¿Puedo usar Office como herramienta para mi negocio?

Es importante que conozcas tus necesidades de capacitación en el manejo de Office, para potenciar las funciones administrativas, operativas y de marketing de mi negocio. Pasa a responder las siguientes preguntas y tendrás más claro hacia dónde debes apuntar:

1. ¿Estoy familiarizado con el manejo de los programas de Office?			
SI		NO	

2. ¿En qué nivel manejo los programas de Office?			
NINGUNO	BÁSICO	INTERMEDIO	AVANZADO
3. ¿Con qué frecuencia necesito usar Office en mi negocio?			
NUNCA	ALGUNAS VECES	SIEMPRE	

Y recuerda...

“La función de la empresa es crear clientes” Peter Drucker



3. FORTALECIENDO LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA DE MI NEGOCIO

Objetivo

En esta lección lograré planificar mi página web y la gestión de mi correo electrónico, como parte de la estrategia de comunicación y marketing de mi negocio.



Introducción

Tener presencia en internet hoy día es parte de la estrategia de comunicación y marketing de todas las empresas. De alguna manera, contar con un espacio visible para todos los usuarios de la red, hace que aumenten las posibilidades de hacer crecer el negocio, apuntando hacia nuevos consumidores, aliados, proveedores, etc.

Es por ello que, una vez esclarecida la idea o como parte de la estrategia misma del negocio, resulta vital manejar los códigos de comunicación propios de internet y visualizar cómo presentarse ante las pantallas de los cibernautas, con una identidad propia y un conjunto de valores que conecten con tus clientes.

¿Qué es una página web?

Se conoce como página web a un documento digital, adaptado a los estándares de World Wide Web (www), a la que se puede acceder a través de un navegador web y una conexión a internet. Este documento es capaz de contener texto y archivos multimedia.

Una página web para tu negocio permitirá tener presencia en internet con ciertos grados de interacción entre los usuarios, permitiendo habilitar una ventana de información, consultas o espacio para ventas que aportará amplios beneficios.

La página web de tu negocio es una oficina que nunca cerrará sus puertas, mientras se mantenga en línea. En ella podrás mostrar un catálogo virtual, y es posible añadir un carrito de compras donde tus consumidores podrán adquirir tus productos o servicios directamente de la página.

Mejorar la comunicación con los clientes y adelantarse a la competencia son algunos de los beneficios que se buscan al diseñar tu propia página web.

Para tener tu propia página web debes contar con un espacio para poder subir el archivo de la web (un hosting), que contendrá un conjunto de servicios tales como: creación de cuentas de correo, constructor web, bases de datos, etc. Además, vas a necesitar una identidad propia (un dominio), es decir un nombre en internet que te distinga del resto de las páginas web, por ejemplo www.mipropionegocio.com.

Con los dos elementos básicos, hosting y dominio, podrás contar con un espacio propio en internet en el que mantener la página web de tu negocio, además de otros servicios como un correo corporativo y almacenamiento de datos.



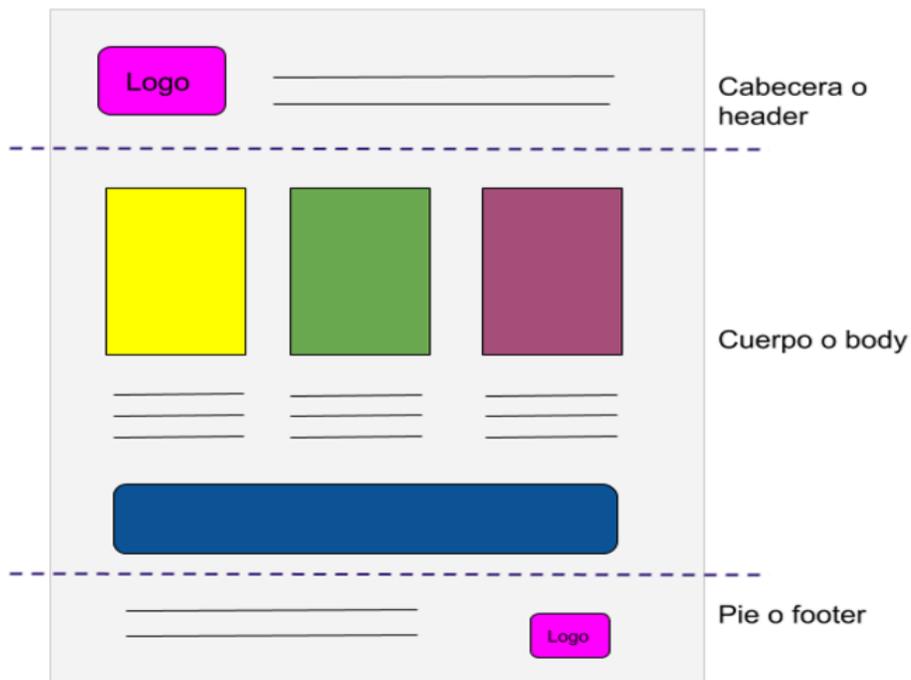
¿Cómo puedo acceder a un hosting y un dominio?

Tanto el hosting como el dominio son dos recursos que ameritan una inversión monetaria. Existen empresas que ofrecen su servicio de alojamiento de páginas web y reserva de dominio por un tiempo establecido. Las tarifas varían, considerando varios factores técnicos de decisión.

También existe la opción de usar los servicios de creadores de páginas web en sus versiones gratuitas, como:

- Wix
- Site123
- Squarespace
- Wordpress
- Jimdo

¿Cuál es la estructura o componentes de una página web?



Algunos de los componentes básicos son:

- Inicio o home
- Contacto
- Productos y servicios
- Blog
- Política de privacidad

¿Cómo planifico la página web de mi negocio?

Para diseñar la página web de tu negocio, sigue los siguientes pasos:

1. **Establece el objetivo principal de tu página web.** Los objetivos más comunes son: buscar más ventas, captar suscriptores, llevar a los usuarios a un formulario de contacto, contar con una plataforma para enseñar, o ser solo un medio de publicidad.
2. **Establece el público objetivo.** Al tener claro quiénes son los usuarios que deseas atraer, los recursos de diseño y forma de presentación de la información serán adecuados para ese público.
3. **¿Qué quieres destacar de tu empresa o tus productos?** Piensa en los servicios clave que deseas proporcionar a través de tu página web a los usuarios. Haz una lista y luego valida con tu programador si tales objetivos son factibles a nivel técnico y financiero. Deja volar tu imaginación.
4. **Estructura las secciones con las que contará tu página web.** Para ello, haz un esquema, que establezca las jerarquías o dependencias de unas secciones con otras.

5. **Es hora de pensar en el contenido, en su calidad, pues esto es lo que más valora el usuario.** Piensa en las imágenes y el texto que irá en cada sección y asegúrate que sea completamente original para atrapar a los visitantes. Toma en cuenta que fotografías propias del negocio y con un nivel profesional serán de gran impacto para tu página web.
6. **Elige el diseño.** A nivel visual, es el momento de configurar los elementos y lograr que atrape al usuario apenas tenga el primer contacto con la página. Los colores, las formas, los efectos, todo es importante y debe estar alineado a la imagen corporativa de tu negocio.
7. **Planifica los idiomas de tu página web.** Considerando el universo de usuarios que podrán tener acceso a tu página, puede resultar útil configurarla en distintos idiomas.
8. **Determina la frecuencia de actualización del contenido.** Este punto es importante, pues dependiendo si vas a gestionar tú mismo tu página web o no, puede que sea útil algún gestor de contenido como wordpress por ejemplo.
9. **Toma en cuenta el posicionamiento en buscadores (SEO).** Google es el buscador más popular, por lo que debes planificar con el diseñador o programador de tu página web, la estrategia de ranking en los resultados de búsqueda a través de Google.
10. **Establece un presupuesto para tu página web,** cuyas principales partidas son: pago de hosting, dominio, diseño y mantenimiento.



¿Cómo puedo aumentar las ventas a través de mi página web?

Sea cual sea el formato de tu página web, su propósito comercial será ser una ventana más por la cual tu negocio podrá captar clientes, bien sea que ofrezcas productos o servicios a través de ella. Si aplicas las siguientes recomendaciones, lograrás aumentar su potencial:

1. Información de precios clara y diferenciada, así como costos adicionales, o de envío en caso de ofrecer productos.
2. Tiempo de carga de tu página web. Elige el mejor proveedor de hosting que realmente refleje el diseño de tu página, evitando que su tiempo de carga genere impaciencia en el usuario.
3. Genera confianza en el consumidor. Si vas a incluir formas de pago en tu página web incluye en la misma certificados de seguridad, políticas de devolución, tus datos de contacto visibles, etc.

4. Publica en tu página algunos testimonios de gente real, con anécdotas o historias. Agrega una calificación con estrellas para que los testimonios sean calibrados y reflejen la preferencia por tus productos o servicios.
5. Muestra más información. Si se trata de productos, agrega videos que expliquen su uso, o imágenes de antes y después con clientes satisfechos. Si se trata de servicios, mostrar el proceso o información relacionada, aumentará el deseo de los visitantes de la página.
6. Muestra detalles de los productos o servicios, con mecanismos como el zoom, planos, detalles técnicos, etc.
7. Da muchas opciones, si el producto posee muchas versiones, colores o tamaños. Igualmente, si se aplica al campo de los servicios.
8. Haz un copy de los productos. Es decir, cuenta una historia que relate los beneficios de adquirir determinado producto o servicio que ofreces a través de tu página web.
9. Llamadas de acción o botones de acción claros, guiando al usuario hacia los espacios que deseas mostrar. Recuerda no confundir con un exceso de llamadas de acción.
10. Ofrece pruebas en línea, especialmente si se trata de servicios.
11. Guía al usuario por el proceso de compra, paso a paso, para que no se desanime luego de haber tomado la decisión de comprar.
12. Ofrece la venta de productos o servicios complementarios, una vez que el usuario ya decidió comprar algo de tu página, logrando quizás obtener una venta adicional.
13. Impresiona a los usuarios durante los primeros 3 segundos, con una página web limpia, sencilla y muy amena a la vista.
14. Crea una lista de suscriptores, como un activo valioso que te mantendrá comunicado con tus clientes para ganar su fidelidad.



¿Qué es un correo electrónico?

El correo electrónico o e-mail es un medio de comunicación digital por escrito, similar a las cartas, que envía mensajes más o menos largos, con o sin archivos adjuntos, entre dos o más interlocutores.

Al momento de iniciar un negocio, hay un conjunto de elementos de identidad que se deben empezar a manejar. Uno de ellos es el correo electrónico de tu negocio.

Probablemente ya posees una cuenta de correo electrónico personal. Como emprendedor, te corresponde iniciar la gestión de una o más cuentas institucionales, a fin de crear una identidad

propia para tu negocio, donde se envíen y reciban mensajes con archivos que solo tengan que ver con la gestión del mismo.

Vamos a distinguir los tipos de correos electrónicos que puedes manejar:

- **Correo electrónico personal:** Son de uso privado, por individuos, que obedecen a sus intereses particulares
- **Correo electrónico institucional:** Representan la totalidad de la empresa o negocio, frente a los actores externos.
- **Correo electrónico corporativo:** Funcionan como cuentas para comunicar internamente a los distintos actores del negocio o empresa.

¿Cuál es la utilidad del correo electrónico para mi negocio?

Como podrás ver, en el negocio se pueden manejar cuentas corporativas e institucionales, para lo cual debes esclarecer cuáles son esos puntos de conexión y encuentro que es necesario crear y mantener, y quiénes serán los gestores de dichas cuentas.

Lo ideal es que cada miembro del equipo tenga un correo electrónico corporativo, que sirva para enviar y recibir mensajes y archivos de trabajo con cierta formalidad y lenguaje común. Así mismo, que existan tantas cuentas institucionales como lo amerite el caso, tomando en consideración la necesidad de segregar la información que se envía y se recibe, o el tipo de interlocutor con el que se esté manteniendo la comunicación.

Creando el correo electrónico de mi negocio

En el siguiente cuadro verás tres ejemplos de cuentas de correo electrónico, con alguna sugerencia para su estructura, propósito u objetivo y el rol que desempeñas en cada caso para atender o gestionar dichas cuentas:

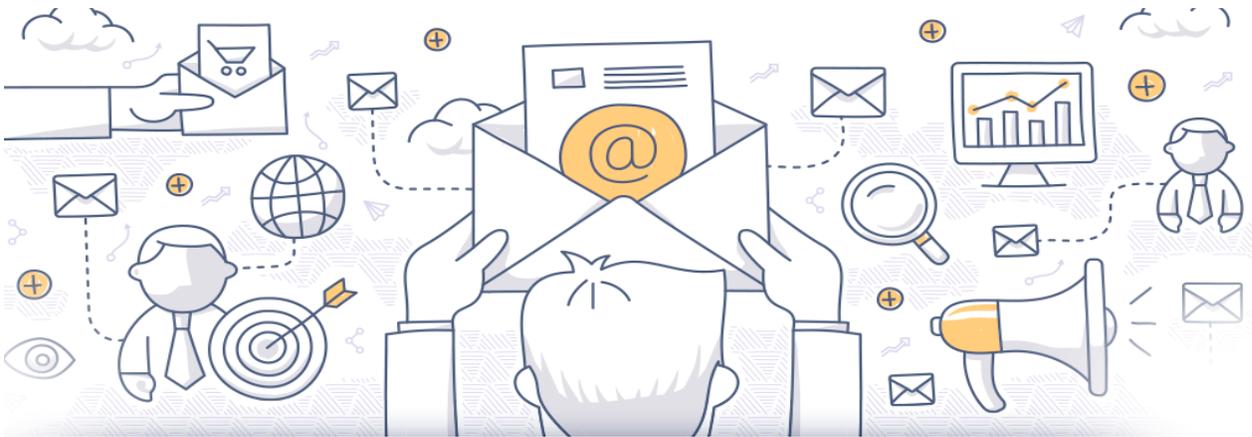
CORREO ELECTRÓNICO	PROPÓSITO	MI ROL
minombre@dominio.com	Personal	Yo como persona
mipropionegocio@dominio.com	Institucional	Yo como emprendedor
minombrecargo@dominio.com	Corporativo	Yo como parte del equipo

Ahora, completa el cuadro con tu propia información, colocando el nombre de la persona que estará a cargo de atender o gestionar cada cuenta de correo electrónico que manejes en tu negocio:

CORREO ELECTRÓNICO	PROPÓSITO	ADMINISTRADOR DEL CORREO

¿Cómo redacto un correo electrónico de negocios?

Es común hallar personas que no tengan claro cómo escribir un correo electrónico formal dirigido a clientes establecidos o clientes potenciales.



Una vez que ya tienes preparada tu nueva cuenta de correo electrónico y ya has definido el estilo y tamaño de la letra que vas a utilizar, llega el momento de comenzar a escribir tu email en 6 pasos. Veamos:

1. **El Saludo.** Comienza tu email saludando a tu destinatario con un saludo del tipo “Estimado Sr. López”, “Estimado Director de Operaciones”, “Estimada Lic. Gisela Barrientos”, etc. Evita un saludo tan cercano. Evita expresiones del tipo “Hey”, “Qué pasa”, “Oye”, etc.
2. **El comienzo del correo electrónico.** Si la persona o empresa a quien diriges el correo ya te conocen, es bueno que rompas el hielo con alguna pregunta interesándote por él o ella. Algo como “Buen día, espero que se encuentre bien” o “¿Cómo está?”
En caso que tu destinatario sea un cliente potencial, puedes hacer una breve presentación en no más de dos líneas para que esa persona te ubique.
3. **El contenido del correo electrónico.** Procura ser breve y decirle a tu destinatario en no más de 5 líneas todo lo que deseas transmitirle. Puedes dividirlo en dos párrafos, así es más visual y se lee más rápido. No incluyas información innecesaria y ve directamente al grano.
4. **La despedida.** La despedida también tiene que ser formal. Puedes despedirte de esta manera: “En espera de su respuesta, reciba un cordial saludo”, “Sin otro particular reciba un saludo”, “Atentamente”, “Saludos cordiales” o “Un saludo”.
5. **La firma.** La firma da un plus de formalidad, a la vez que confianza, a tus destinatarios. Lo ideal es que tu firma contenga esta información: tu nombre completo, el cargo que ocupas en tu empresa (si es el caso), el nombre de tu empresa, tu correo electrónico, tu teléfono y al menos una cuenta de tus redes sociales o de la empresa.
6. **El asunto del correo electrónico.** Esta parte de tu correo electrónico tiene que resumir todo lo que vas a comentar a tu destinatario en una sola frase. No uses frases comerciales del tipo “Pregunta rápida”, “Correo sobre un tema importante”. Así, nunca abrirán tu email. Usa expresiones que generen interés y sean muy claros, sin promesas que no se puedan cumplir.

7. **Archivos adjuntos, enlaces, etc.** El correo electrónico tiene la virtud de ser un mensaje que “transporta” documentos casi de cualquier formato, que podrán ser descargados y visualizados por el destinatario, siempre que cuente con el programa de visualización correspondiente. A la hora de adjuntar archivos asegúrate de indicarlo en el texto, señalando un breve resumen de su contenido y su importancia para el destinatario.

En todo momento emplea un lenguaje sencillo y formal, no escribas párrafos largos, sintetiza la información, no utilices negritas, subrayados o adornos en el texto y, muy importante, cero faltas de ortografía.

Algunas recomendaciones adicionales:

1. Responde los mensajes que otros te envíen, es una norma de cortesía que puede abrirte las puertas.
2. Evita usar mayúsculas sostenidas en el texto de tu mensaje, pues suele interpretarse como un tono de voz innecesariamente alto.
3. Envía un correo por cada tema a tratar con tu destinatario, y procura mantener el hilo de las respuestas en ese mismo asunto, hasta que se haya resuelto o concretado el tema y se haya cerrado por completo.
4. Piensa bien antes de responder. Evita ser impulsivo y caer en la informalidad a la hora de emitir un mensaje que puede resultar equivocado. Se recomienda hacer preguntas si algo no está claro en el mensaje que has recibido.
5. Envía los mensajes o correos en horarios considerados oportunos para tu destinatario. Este aspecto puede revelar que como emprendedor no estás realmente organizado y no controlas tus actividades.
6. Utiliza las opciones “con copia” y “con copia oculta” de manera sabia, para mantener los cánones de discreción de los destinatarios, y según la importancia o grado de confidencialidad del contenido del mensaje.
7. Usa el correo como primera opción para comunicarte con tu equipo, dejando claro con esto que los mensajes revisten un tono cordial y formalmente de trabajo.



Ventas por correo electrónico

El método de email-marketing o venta por correo electrónico es muy sencillo y resultará ser una vía de encuentro con tus clientes o potenciales clientes.

Puedes enviar correo para:

1. Presentarte por primera vez a potenciales clientes.
2. Enviar información útil y valiosa para los clientes recurrentes.
 - Contestar preguntas frecuentes.
 - Informar sobre nuevos productos o servicios.
 - Enviar: noticias, ofertas, banners, fotos, videos, testimonios, etc.
3. Enviar enlaces hacia tu página web, recientes publicaciones en tu blog o video destacado de tu canal de YouTube.
4. Enviar formulario de captación de datos.
5. Otro asunto, cuyo objetivo final sea: aumentar los suscriptores, vender cierta cantidad de producto, captar la atención de los clientes para tu próximo lanzamiento, etc.

Plan de envíos

	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	FINDES
S1						
S2						
S3						
S4						

Y recuerda...

“El marketing online consiste en proporcionar al consumidor contenido útil en el momento en que este lo necesite” David Meerman

4. CONECTANDO MI NEGOCIO EN LAS REDES SOCIALES

Objetivo

En esta lección lograré diseñar el plan de redes sociales para mi negocio, a partir de la necesidad de mantener la conexión con mi público objetivo.



Introducción

Las redes sociales ofrecen la posibilidad de crearse un perfil (ya sea personal, profesional o de empresa) permitiendo formar parte de una red de contactos con los que se podrá interactuar. Cuando se trata de un negocio o empresa, en esa red se vincularán clientes y potenciales clientes, aliados, amigos, proveedores, entes gubernamentales, patrocinantes, etc.

Las posibilidades de usar estas herramientas para potenciar tu negocio son amplias. Es necesario gestionar las redes sociales que sean más oportunas para tu negocio, habiendo evaluado una serie de elementos que se verán a continuación.

¿Qué es una red social en Internet?

Las redes sociales son sitios que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, con el propósito de compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, relaciones, negocios, etc.

A partir de una identidad única o perfil virtual, desde una red social, puedes compartir contenidos con el resto de los participantes que agregues a tu red.

Hoy día existen millones de usuarios conectados en las redes sociales, y los perfiles no sólo son personales, sino empresariales, académicos, artísticos, etc.

Para un negocio nuevo o en marcha, contar con un perfil virtual en las distintas redes sociales proporcionará beneficios que deben ser establecidos de acuerdo a los propósitos que se buscan y los contenidos que se piensan compartir con los amigos o seguidores de la red.

Lo más poderoso de las redes sociales es que todo ocurre en tiempo real, y según la configuración de tu red, lo compartido puede ser público o dirigido a un grupo de amigos o seguidores específicos.

¿Cuáles son las principales redes sociales?

Para tener un conocimiento amplio de las redes sociales y saber sacarles el máximo provecho, vamos a comprender su naturaleza:

- **Redes sociales horizontales:** Conectan a los usuarios en una variedad de temas, asuntos y generalidades. Ejemplo de éstas son: Facebook, Twitter, Instagram y Weibo.
- **Redes sociales verticales:** Son las redes sociales con una temática concreta, en la que las personas usuarias se reúnen principalmente en torno a un interés, asunto o tema en común. Las más conocidas en este ámbito son: Pinterest, Flickr, Musica.ly, Spotify y LinkedIn.

Veamos las más importantes y cómo las puedes usar para impulsar tu negocio:



Facebook

Con una impresionante cifra de usuarios en todo el mundo, la red social Facebook es un aliado básico para tu empresa porque conecta personas y también permite que se comuniquen. Mensajes e ideas se intercambian a diario entre millones de personas. Visto así Facebook contiene diferentes clientes meta, lo que representa una oportunidad para captar su atención mediante la presentación de tu producto o servicio.

Si aún te preguntas cuáles son las ventajas de usar Facebook para tu empresa aquí te las presentamos:

- **Conocimiento.** Todo el mundo sabe qué es Facebook.
- **Presencia y alcance.** Facebook es la red social más empleada en el mundo. Si tu empresa está en Facebook aumenta significativamente el alcance de sus mensajes.
- **Canal de comunicación.** Facebook abre un canal de comunicación para conectar de forma directa con tu cliente lo que va a repercutir en tu imagen de marca.
- **Aliado del comercio electrónico.** Esta red social se ha consolidado como una potente herramienta de promoción y canal de ventas.

- **Visibilidad.** Estar en Facebook te aporta visibilidad no solo dentro de la red social. Otros canales corporativos como tu página web, tu blog o tu canal de YouTube también se verán beneficiados a partir de los enlaces en la red social.
- **Acceso a dispositivos móviles.** Millones de usuarios se conectan a diario a través de sus dispositivos móviles. Más del 70% de los usuarios de Facebook se conectan a diario a través de su Smartphone.
- **Nuevas posibilidades.** Facebook se renueva constantemente y te ofrece nuevas funcionalidades para tu página de empresa.

Si tienes una página de Facebook de tu empresa que no ha dado resultados o quieres crear una sigue estos 9 consejos:

1. **Página de fans y no perfil:** Es indispensable que tu empresa cuente con una página en Facebook ya que dispones de estadísticas e información muy útil sobre el perfil de tus seguidores. De la misma manera, una Fan Page para tu empresa pueda aportarle más visibilidad por la posibilidad de promocionar tus publicaciones.
2. **URL personalizada:** Personaliza la dirección de la cuenta Facebook de tu empresa para que la reconozcan más rápido y puedan encontrarte fácilmente en Facebook.
3. **Cuida las imágenes de tu página:** Vigila que las imágenes sean de calidad y tengan la medida correcta. ¿Sabes cuáles son las medidas de las imágenes de Facebook?
 - Imagen de perfil: 180 x 180 px.
 - Foto de portada: 851 x 315 px
 - Imágenes destacadas: 843 x 403 px.
4. **Genera interacciones:** Lanza preguntas, sondea la opinión, realiza concursos y promociones, convoca eventos, en definitiva, buscar la respuesta de tus seguidores e incrementar el engagement (grado de compromiso) con tus publicaciones.
5. **Responde a comentarios y consultas:** Facebook les brinda la oportunidad a las empresas de contactar directamente con los clientes. Debes de ser regular y contestar en el menor plazo posible. Activa la insignia de respuesta rápida
6. **Publica con regularidad:** Es indispensable que mantengas constancia y regularidad en el contenido que forma parte de tu página.
7. **Apuesta por entradas promocionadas:** Los Facebook Ads o anuncios en Facebook son muy usados por las empresas, permiten segmentar a tu público y lanzar campañas de publicidad en esta red. Su coste no es muy elevado.
8. **Mide resultados:** No puedes saber si tu estrategia está funcionando si no revisas las estadísticas de tu página. Cuando sepas qué contenidos funcionan podrás dirigirte a tus seguidores de forma más efectiva.



Activando las ventas por Facebook Marketplace

Puedes aprovechar al máximo esta red social usando Facebook Marketplace que sirve para comprar y vender productos de un modo rápido, sencillo y directo.

¿Cómo funciona?

Marketplace está disponible tanto para dispositivos móviles, smartphone o tablet, como para la versión de escritorio.

¿Cómo se accede?

Si te conectas desde un dispositivo móvil tienes que actualizar la última versión de la plataforma. Verás un ícono en forma de tienda, solo haz clic para acceder al servicio. Si usas un PC, Mac o portátil verás que, en el momento en que entres con tu cuenta de Facebook, en la barra lateral izquierda te aparece, automáticamente, la palabra “Marketplace”, que es donde tienes que hacer clic para comenzar a utilizar el servicio.

¿Cómo se vende por Marketplace?

Una vez en Marketplace puedes publicar tus productos, servicios o promociones. Para hacerlo sube la siguiente información a la plataforma:

- Descripción del producto.
- Al menos una fotografía del o los productos (aplica las técnicas de fotografía de producto que ya estudiaste).
- Precio de venta.

En la plataforma no se incluyen detalles como el sistema de pago o la forma de envío. Estos detalles tienes que pactarlos de forma particular con tu comprador a través de la plataforma de mensajería de Facebook Messenger. Veamos algunos consejos para vender por Marketplace:

- Establecer precios competitivos.
- Explicar el producto con un texto atractivo y muy preciso.
- Publicar fotografías de calidad.
- Ten en cuenta que los factores más influyentes en la venta de un producto son el estado de conservación del artículo, su precio y la cercanía física con el comprador (Facebook no interviene ni en el transporte ni en el pago, por lo que cuanto mayor sea la distancia entre comprador y vendedor, más se encarece el precio final de la transacción).



Instagram

Instagram es una red social idónea para exponer y vender productos. Desde que se activó la posibilidad de vender directamente en Instagram muchas marcas han aprovechado esta oportunidad y está funcionando muy bien. Aquí te daremos una serie de consejos y estrategias para poder vender en Instagram correctamente.

¿Por qué vender en Instagram?

- Humaniza y aumenta el compromiso con tu marca (engagement).
- Instagram es la red social en la que más usuarios interactúan con los contenidos y, por consiguiente, la que más clientes puede captar comparada con las demás plataformas sociales.
- Adquisición de tráfico a tu web e incremento de tus ventas.
- Acceso a un gran mercado y a nuevas audiencias. El número de usuarios es alto, ha superado los 1000 millones de usuarios y se sitúa como una de las redes sociales que más crece diariamente.
- Comprar desde la misma plataforma con un solo clic. Con esta tienda en Instagram es posible comprar directamente desde la aplicación sin redirigirse a otra plataforma de compra.

Consejos para vender en Instagram

- Dirígete a un nicho muy concreto.
- Difunde a diario contenidos atractivos relacionados a tus productos.
- Promociona tus contenidos.
- Conecta con tu audiencia a través de mensajes, comentarios y otros.
- Usa Instagram Stories más que Feed.
- Realiza videos explicando tus productos, la historia de la marca, etc. Muéstrate y mucho.
- Ofrece productos gratuitos como guías, plantillas, etc. Y establece un embudo de ventas.
- Optimiza tu perfil.
- Optimiza el diseño de imágenes con filtros, Apps, etc.
- Utiliza correctamente los Hashtags.
- Optimiza las campañas de publicidad en Instagram.
- Crea historias de Instagram con enlaces.
- Realiza campañas de Influencers.
- Aumenta tus seguidores e interactúa con tu comunidad.

- Apóyate en el uso de Aplicaciones (Apps) para usar Instagram con la PC o computadora de escritorio, Apps de conversor de letras para Instagram, para crear post en Instagram, de banco de fotos para crear post y Apps para usar los hastags de manera correcta.

Errores más comunes al usar Instagram

- Desconocer el funcionamiento del algoritmo.
- Tener Instagram como un canal más.
- Publicar solo ofertas y contenidos no relevantes.
- No establecer el perfil como empresa.
- No ofrecer el producto adecuado.
- No conectar el producto con un punto de venta final.
- No difundir contenidos relacionados
- No crear ofertas exclusivas y temporales.



Planificando las redes sociales de mi negocio

De acuerdo al propósito que persigas en tu negocio, debes seleccionar en cuáles redes sociales tendrás presencia con un perfil virtual. De acuerdo a la misión, visión, valores y objetivos, y a partir del plan estratégico de comunicación o de marketing del negocio, lo más oportuno es diseñar un plan de redes sociales que apunte hacia la consecución de dichos propósitos.

Para las empresas el objetivo transversal de tener presencia en redes sociales es mantenerse comunicado, teniendo a la vista los productos, servicios y permitir que los usuarios interactúen con la marca.

Dicha comunicación se establece para cumplir con las tareas fundamentales de todo negocio:

- Atender a los clientes, con un lenguaje y mecanismo apropiado a la red.
- Proyectar la imagen de la empresa, con marketing y publicidad del negocio. Esto es, dar a conocer a través de múltiples estrategias la gama de productos o servicios que ofreces desde y cómo pueden mejorar la vida de los consumidores.
- Activar mecanismos de promociones, sorteos, campañas, etc. que afiancen los valores de la marca, usando las herramientas y aplicaciones que cada día se van desarrollando.
- Entretener a la comunidad a la que se pertenece en la red, dirigiendo los esfuerzos hacia el establecimiento de conexiones emocionales que conduzcan a una mayor fidelidad hacia la marca o el negocio.
- Transmitir conocimientos o capacitar, configurando mensajes que dejen alguna enseñanza a los usuarios de la red.
- Captar talentos, atraer profesionales que pueden contribuir con tu negocio

Para cada uno de estos objetivos de comunicación existen estrategias creativas que te ayudarán a interconectar las redes sociales que se utilicen con otros canales de presencia web, como lo puede ser la página web. En un entorno de desarrollo tan cambiante, lo más recomendable es mantenerse actualizado a fin de no perderse ninguna de las oportunidades que ofrecen las redes sociales en tu objetivo de ser parte de la vida de tus amigos, seguidores, clientes o proveedores, entre otros.

El plan de redes sociales debe ser sencillo, claro y práctico. A continuación, verás 5 sencillos pasos que te llevarán a elaborar el plan de redes sociales de tu negocio:

1. ¿Cuál es la filosofía de gestión de tu negocio?

NOMBRE DE TU NEGOCIO	
MISIÓN	
VISIÓN	
VALORES	
OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN Y MARKETING	

2. ¿Con cuál público quieres conectar?

PÚBLICO	FORMA DE INTERACCIÓN	MENSAJE QUE SE QUIERE TRANSMITIR	FRECUENCIA DE INTERACCIÓN	ESTRATEGIA DE RESPUESTA	RED SOCIAL QUE USA TU PÚBLICO

3. ¿Cómo gestiono las redes sociales?

RED SOCIAL	USUARIO	CONTRASEÑA	ADMINISTRADOR

4. ¿Cuánto va a costar mantenerse en la red?

La gestión de redes sociales se ha convertido en una tarea rutinaria dentro de las empresas. Muchos gerentes contratan especialistas que se mantienen al día con los cambios, tendencias y nuevas configuraciones de las redes, y son capaces de mantener las redes del negocio al día. Este oficio se conoce como Community Manager.

Al solicitar los servicios de un Community Manager se deben establecer acuerdos en la contratación, si se trata de un outsourcing. En otros casos, dentro de la misma empresa se encuentra el especialista ocupando dicho cargo en el Departamento de Marketing o Comunicaciones.

También es frecuente observar que un emprendedor adquiera las habilidades de un Community Manager, gestionando sus propias redes sociales. De alguna manera, nunca está demás buscar asesoría y nutrirse de la experiencia de los expertos.

Otras actividades que conllevan la aplicación de recursos son: tomar y editar fotos profesionales, el diseño gráfico, la edición de videos, etc.

5. ¿Qué publicar en las redes sociales?

Lo primero que observan los usuarios que forman parte de tu comunidad, es el perfil que manejas en las redes sociales.

El perfil virtual de tu negocio merece atención. En cualquier red social que elijas, deberás crear un perfil, con una foto que refleje tu imagen y con un texto constituido por elementos descriptores que indicarán a los usuarios cuáles son tus intereses y qué le ofreces al ser parte de su red.

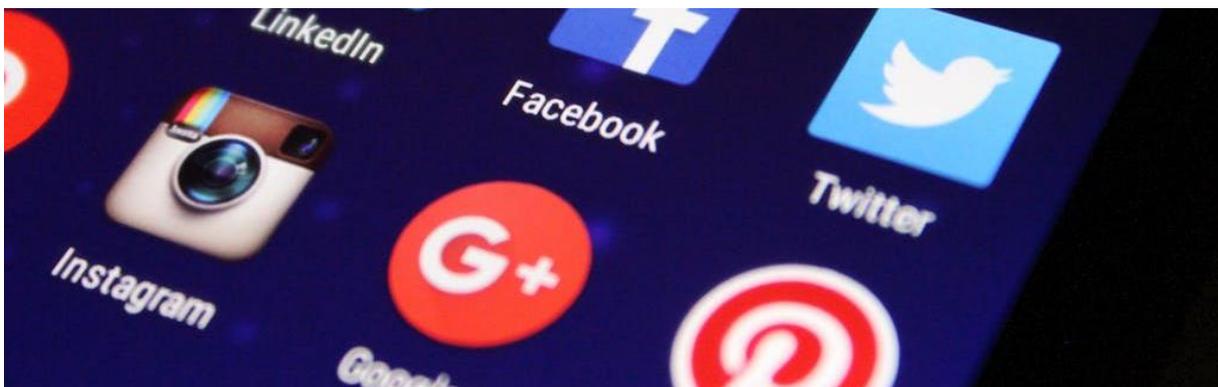
Las publicaciones que realices en las redes sociales deben estar alineadas a tu filosofía de gestión, dejando ver tus valores y otros atractivos para tu público objetivo.

Enfocarse en el usuario, en sus intereses, en su ubicación, en sus expectativas, etc. es lo que te llevará a conectarte con él. El usuario de las redes sociales valora la veracidad, la oportunidad, el buen contenido, lo agradable a la vista, la seducción sutil, hasta el misterio. Son elementos que debes considerar a la hora de diseñar tu contenido en cualquier red social, tomando en cuenta además que las redes sociales son distintas entre sí, pues mientras unas son más útiles para difundir imágenes, otras pueden darle más espacio al texto, videos o documentos.

La frecuencia también juega un papel importante. La tarea de mantener a los usuarios de la red consumiendo tu contenido es también una responsabilidad. Pero exagerar en las publicaciones

puede resultar contraproducente. Revisa los horarios y la frecuencia con la que tu público objetivo se conecta, ya que con esa valiosa información podrás planificar la cronología de tus apariciones en la red.

Muchos expertos recomiendan no vender directamente productos o servicios a través de las redes sociales. Sin embargo, existe una tendencia a generar interés en lo que ofreces y a conducir la compra a través de enlaces al sitio de compra, siendo directo. Hay que tener presente qué tipo de público frecuenta tus redes y asegurarte de que estás presentando la información según sus expectativas.



A continuación, encontrarás muy buenas ideas para que comiences a diseñar contenido para las redes sociales de tu negocio:

- Tips y consejos rápidos sobre algo relacionado a tu negocio.
- Ofrece respuestas a preguntas frecuentes de tus clientes.
- Comparte frases célebres o inspiradoras.
- Comparte algo gracioso, de acuerdo a tu público.
- Haz videos para brindar alguna explicación sencilla sobre algo de interés para tu público.
- Haz videos de tras cámara, o del proceso productivo, que te ocupa en este momento.
- Publica fotos de tus herramientas o el espacio de trabajo de tu emprendimiento.
- Prepara anuncios en video, sobre alguna promoción o el lanzamiento de algún servicio.
- Haz publicaciones o artículos de interés de la industria donde te encuentras.
- Diseña infografías.
- Celebra las festividades o fechas especiales, sobre todo las que están relacionadas a tu mercado.
- Comparte videos virales, que estén acorde con los intereses y valores de tu audiencia
- Recomienda herramientas o aplicaciones que hayas descubierto.
- Comparte fragmentos de libros o referencias sobre lecturas, que esté relacionadas a tu negocio.
- Recomienda tus perfiles favoritos, que son de gran valor para tu negocio.
- Informa a tu audiencia si hay alguna actualización en tu página web o en otra red social de tu negocio.
- Recuerda algún contenido viejo pero valioso.
- Obsequia algún archivo descargable, y sólo pide el correo electrónico como pago.
- Comparte testimonios de tus clientes o amigos. Haz que otros hablen de tu negocio.

- Haz entrevistas. Organiza una conversación amena con algún experto o con un cliente y súbela a la red.
- Recuerda los valores de tu emprendimiento. Dedicar un día a cada valor.
- Presenta tu equipo en las redes sociales, con cercanía hacia la audiencia.
- Habla sobre ti, sobre cómo comenzó tu negocio. Comparte algo que los usuarios no conozcan y los haga sentir identificados.

Herramientas que optimizan las redes sociales

Si tu negocio ya dispone de redes sociales, es hora de sacarles el mayor provecho con el uso de herramientas concretas que elevarán su beneficio. Veamos algunas:

1. **Usa hashtags.** Puedes crear un conjunto de hashtags propios o seguir los más populares relacionados a tu área de negocio, incluso los hashtags genéricos son muy valiosos para aparecer orgánicamente en las redes de tu comunidad.
2. **Haz encuestas.** Utiliza preguntas y otros recursos que estimulen la interacción con tu comunidad.
3. **Analiza las métricas** de tus redes sociales para conocer indicadores de interacciones, vistas y menciones, impresiones, comentarios, likes, etc. y planificar un mayor alcance.
4. **Usa aplicaciones auxiliares para:**
 - Repostear o compartir el contenido de otro usuario de tu red.
 - Descargar videos de las redes sociales.
 - Crear contenido con diseños originales.
5. **Usa herramientas de gestión de redes sociales.**
6. **Asegúrate de subir fotos de calidad** a tus redes, que estén bien tomadas y que reflejen el propósito del contenido.
7. **Paga por publicidad** en las redes sociales para aumentar la visibilidad.
8. **Únete a comunidades**, grupos, chats, etc. en temas relacionados a tu contenido.
9. **Interactúa**, es decir, comenta, valora o recomienda las publicaciones de otros usuarios de tu red.
10. **Observa las redes sociales de tus competidores**, su contenido, frecuencia, seguidores o amigos, contenido más popular, etc. con el fin de evaluarte y seguir buenos ejemplos.
11. **Vincula tus redes sociales entre sí, y con tu página web.** Lo ideal es que en la página web de tu negocio aparezcan las publicaciones recientes de tus redes sociales y enlaces para acceder a ellas.

Y recuerda...

“Las empresas que entienden el Social Media son las que dicen con su mensaje: te veo, te escucho y me importas” Trey Pennington

5. AUMENTANDO LA CREATIVIDAD Y LA PRODUCTIVIDAD CON APLICACIONES MÓVILES

Objetivo

En esta lección conoceré las tareas de diseño, edición de fotos y videos y realizar otras labores simples que aumenten mi productividad, a través de aplicaciones móviles de fácil acceso y de uso amigable.



Introducción

Teniendo presente que el smartphone es una poderosa herramienta de trabajo, corresponde ahora descubrir su uso para el aumento de la productividad. Un smartphone en manos de un emprendedor es un activo en sí mismo, que a su vez permite el acceso a múltiples aplicaciones móviles, diseñadas para facilitar procesos, potenciando la creatividad y la autonomía.

Las aplicaciones móviles son una ventana abierta a la comunicación. El buen uso de ellas y toda la información que suministran para el desarrollo de cualquier actividad es relevante. Al usarlas con conocimiento y de la mejor forma se puede obtener el mejor provecho de ellas.

¿Qué es una aplicación móvil (App)?

Una App es un pequeño programa que se instala en dispositivos móviles o tabletas para ayudar al usuario en una labor concreta, ya sea de carácter profesional, de ocio y entretenimiento o mantenerse informado, entre un universo de posibilidades. El objetivo de una App es facilitar la ejecución de una tarea determinada o asistir en operaciones y gestiones del día a día.

Existen miles de Apps disponibles en el mercado que se pueden ejecutar en los teléfonos inteligentes y tabletas. Algunas de estas aplicaciones se pueden descargar de forma gratuita, mientras que otras deben comprarse en una tienda de aplicaciones (App Store, Google Play, Microsoft Store, Amazon AppStore, Opera Mobile Store, entre otras).

¿Qué necesito para descargar y usar una aplicación móvil?

Necesitas un teléfono inteligente (Smartphone) o algún otro aparato móvil con acceso a internet. Cada aparato usa un sistema operativo y tipos de aplicaciones específicas. Los sistemas operativos móviles Android, Apple o Microsoft, tienen tiendas de aplicaciones que operan en

línea en las que puedes buscar, descargar e instalar las aplicaciones de tu gusto o conveniencia.

¿Cómo puedo acceder a las aplicaciones móviles?

Puedes hacerlo desde tu dispositivo, a través de la aplicación Google Play Store. Sólo ingresa el nombre de la aplicación que estás buscando o una palabra clave en la sección de búsqueda. Por ejemplo: “Editar fotos” o “Editar un video”.

Aplicaciones gratuitas

1. Desplázate hasta la aplicación que quieras instalar y tócala para seleccionarla. A continuación, se abrirá la página de detalles.
2. Si quieres instalar la aplicación, toca el botón “Descargar”.
3. Toca “Aceptar y descargar” para aceptar los permisos de la aplicación (o vuelve a la pantalla para aceptar los permisos de la aplicación).

Aplicaciones pagas

1. Desplázate hasta la aplicación que quieras instalar y tócala para seleccionarla.
2. Si deseas comprar e instalar la aplicación, selecciona el botón que muestra el precio.
3. Utiliza el menú desplegable para seleccionar un método de pago o añade una nueva tarjeta.
4. Pulsa “Aceptar y comprar” para aceptar los permisos de la aplicación y completar la compra.

Aplicaciones móviles para emprendedores

Muchas aplicaciones facilitan el arduo trabajo de los emprendedores, convirtiéndose en herramientas útiles para administrar mejor su dinero y sus negocios. Los emprendedores usan las aplicaciones para:

- **Gestionar el tiempo:** Ajustar cronogramas de acción, de actividades y darle seguimiento. Las Apps más usadas para esto son: Google Calendar, Trello, Asana, Hibox.
- **Establecer comunicaciones:** Los emprendedores se apoyan en Apps de correo y chat como Gmail, WhatsApp, Slack, Outlook, Dropbox, Skype, Google Drive y Telegram.
- **Manejar finanzas:** Llevar un balance de los ingresos y egresos puede ser tedioso y agotador, por lo que existen actualmente Apps que facilitan esta tarea y requerimientos. Las ideales para esto son: WhatsApp Business y Desk.
- **Planear viajes y movilidad:** Usan Cabify, Booking, Expedia, Uber, Kayak, Rappi, entre otras.
- **Hacer compras en línea:** Amazon, Ebay, Aliexpress, El Corte Inglés y Carrefour.

APLICACIÓN		CARACTERÍSTICAS
	Canva	Plantillas para folletos, logotipos, carteles
	Adobe Spark	Crea gráficos, páginas web y hasta videos
	Adobe Illustrator Draw	App de dibujo vectorial de fácil usabilidad
	Color Reference	Para crear fondos y paletas de colores personalizados
	Rookie Cam	Edición de fotos con calidad profesional. Collage, carteles y álbumes
	Desygner	Crea contenido gráfico con plantillas y banco de imágenes
	Enlighth Photofox	Crea imágenes exclusivas, superpuestas
	PhotoGrid Collage Maker	Crear collages, stickers, fondos hasta edición de videos

Haciendo mis propios diseños y aumentando mi productividad

- Para mejorar las fotos de tu negocio, y contar con una galería de impacto, asegúrate de explorar las siguientes aplicaciones:

APLICACIÓN		CARACTERÍSTICAS
	Adobe Lightroom	Interfaz muy sencilla de usar
	Photoshop Express	Versión express de Adobe Photoshop
	Snapseed	De Google. Posee filtros y fácil edición
	VSCO	Herramientas avanzadas para fotógrafos
	Afterlight	Tiene todas las opciones básicas y avanzadas.
	Lens Distortions	Posee efectos muy realistas
	PicsArt	Opción de mezcla y superposición de fotos
	Hypocam	Tiene una opción de blanco y negro que permite vista previa

- Ahora tú mismo puedes diseñar tus afiches publicitarios, encabezados de tus perfiles de redes sociales o simplemente darle un toque de diseño a tus fotos, con las siguientes aplicaciones:

- Edición de videos para redes sociales 

Los videos cortos para fines publicitarios, crear conciencia, difundir información o destacar tu marca, son ampliamente utilizados en las plataformas en internet y en redes sociales. Las siguientes aplicaciones móviles facilitarán el proceso de creación y edición de videos, desde la comodidad de tu propio teléfono:

APLICACIÓN		CARACTERÍSTICAS
	VivaVideo	Fácil de usar y súper intuitiva. Editar videos, hacer montajes con fotos y música
	KineMaster	Herramienta completa con multipista
	InShot	Excelente para Instagram
	Quik	Aplicación de la cámara GoPro, fácil de usar
	Animoto	Agrega música, animaciones y filtros a los videos
	iMovie	Aplicación de Apple, excelente para intros de gran impacto
	Magisto	Edita los videos en forma automática

- Productividad

Iniciar o arrancar tu propio negocio exigirá un conjunto de destrezas que pasan desde el aspecto personal hasta habilidades numéricas. Existen múltiples aplicaciones que te ayudarán a resolver aspectos puntuales. Veamos algunas:

APLICACIÓN		CARACTERÍSTICAS
	Monday	Incrementa la efectividad de la administración de tu negocio y el manejo de proyectos
	Slack	Excelente aplicación para organizar la comunicación en el equipo y trabajar en conjunto
	Buffer	Programa tus publicaciones en redes sociales
	Zapier	Conecta otras aplicaciones web automatizando tareas tediosas
	QuuuPromote	Promociona tus sitios web y tráfico de tu contenido Social Media
	Things 3	Gestor de tareas y proyectos
	Quip	Crear y editar documentos de manera conjunta

Y recuerda...

“Dales calidad. Es el mejor tipo de publicidad” Milton Hershey

6. CREANDO FOTOS QUE VENDEN

Objetivo

En esta lección completaré un catálogo digital de mis productos, comunicando sus bondades, empleando técnicas de fotografía básica para lograr persuadir y atraer al cliente.



Introducción

Las fotografías e imágenes juegan un papel determinante en la presencia web de tu negocio. Una imagen es por excelencia la manera más directa para comunicar los valores, experiencias, calidad, procesos, resultados y demás elementos asociados a tu identidad.

Bien sea el retrato de una historia planificada o momentos espontáneos, a partir de ahora toda foto o video que tomes con tu cámara o teléfono móvil, debe ser considerado como un recurso valioso, para lograr mostrar lo mejor de tu negocio.

Fotografía digital y cámaras

La fotografía es una técnica o una forma de arte que consiste en capturar imágenes empleando la luz, proyectándola y fijándola sobre un medio sensible físico o digital (cámara fotográfica).

La inserción de la fotografía va de la mano con el progreso y el uso de las cámaras digitales. Los emprendedores han logrado aprovechar esta herramienta logrando avances en el posicionamiento de sus negocios, a partir del manejo adecuado de la imagen. Recuerda que el objetivo es lograr fotos que comuniquen el mensaje de tu marca y puedan atraer a los consumidores, logrando que se identifiquen con los colores, el paisaje o la escena en la que se encuentra tu producto.

Para que logres fotos impactantes de tus productos, es necesario que te familiarices con las técnicas de fotografía básica.



Técnicas básicas de fotografía

1. **Aplica la Regla de los tercios.** Divide la imagen mentalmente, en 9 partes iguales (2 líneas paralelas horizontales y otras 2 verticales) y a continuación colocas el sujeto en algún punto de intersección de las líneas. Esta regla es poderosa porque influye en la forma en que las personas visualizan la foto.
2. **Aplica la Ley del horizonte.** Útil para hacer buenas fotos de paisajes. Imagina 2 líneas horizontales paralelas dividiendo la foto en 3 partes iguales. Si quieres que el cielo tenga especial interés, puedes ubicar el horizonte en la línea inferior. Si quieres otorgarle mayor importancia al paisaje terrestre, coloca el horizonte en la segunda línea, la superior. Así de simple. Como ves esta técnica es simple y efectiva.
3. **Procura horizontes rectos.** Debe ser bien ejecutado, logrando un horizonte que quede derecho y centrado para que resulte atractivo.
4. **Explora nuevos ángulos.** Experimenta la fotografía con tu cámara desde ángulos atrevidos y poco usuales.
5. **Acércate sin miedo a los objetos.** Haz fotos muy cerca de objetos pequeños. Captura detalles. Incluso podrías enfocarte exclusivamente en el detalle obviando el resto del objeto. Los resultados son muy llamativos.
6. **Adopta la altura de los sujetos pequeños.** Para que puedas hacer buenas fotos de niños adopta una posición de cuclillas o de rodillas, intenta bajar y colocar la cámara a la misma altura que la del niño o animal que quieras fotografiar, así transmitirás más realismo y el impacto será mucho mayor.
7. **Utiliza el flash en el exterior.** Para retratos, utiliza el flash en el exterior. El flash ayuda a prevenir las zonas de sombra que ocupan la cara de la persona cuando llevan un gorro o porque el sol está encima o detrás de la persona fotografiada.
8. **Consigue una buena exposición.** Evita fotos muy claras o muy oscuras. Los modos semiautomáticos de tu cámara te ayudarán a lograrla, y el histograma a saber si está bien expuesta.

9. **Consigue una foto nítida.** Para lograr una foto correcta debes procurar que tu motivo no salga movido y que esté bien enfocado, aunque desenfocues todo lo demás.



Foto-producto: Usando la cajita de luz

Una caja de luz o softbox es un mini escenario que permite hacer fotografías de productos o bodegones de gran calidad. Tiene paredes traslúcidas para iluminar los objetos de forma indirecta, suave y óptima mediante focos externos. Este tipo de fotografía es muy útil para catálogos, tiendas online, etc.

Puedes realizar tu propia caja de luz a bajo costo mediante la reutilización de materiales como caja de cartón (para la estructura) y papel vegetal o cebolla y tela blanca para las paredes.

Construye tu propia Caja de Luz. Sigue los siguientes pasos:

1. **Realiza un marco en una caja.** Marca con una regla un marco de unos 4 ó 5 centímetros, desde el borde hacia adentro. Si la caja es muy pequeña, el marco será más estrecho.
2. **Recorta los marcos.** Con un cutter recorta por la línea y extrae el cartón sobrante.
3. **Pinta el interior de la caja de color blanco.** De esta manera se reflejará mejor la luz.
4. **Coloca el papel o tela blanca.** Puedes cubrir el interior de la caja con el papel o la tela, así no saldrá en las fotos ningún corte. Puedes pegarlo con cinta aislante o con pegamento normal.
5. **Coloca la cartulina del fondo.** Mide el ancho de la caja y recorta la cartulina a la medida. Deja que la cartulina caiga sola, no la dobles para que se peque en el fondo, así no se verá el doblez en las fotos.

Y ya tienes lista tu caja de luz. Recuerda que lo importante no es que sea bonita si no que puedas lograr las fotos que quieres y que sea funcional.

Mi primera foto

Para familiarizarte con la experiencia fotográfica y aprovecharla para tu negocio, sigue la siguiente ruta:

1. Conoce bien tu cámara o la aplicación de tu teléfono y su software, para sacar el mayor provecho de sus funciones y escenas, así como el manejo manual de la misma.
2. Ten siempre tu cámara a la mano, para captar escenas de manera espontánea, como la sonrisa de tus clientes, los buenos momentos de tu equipo, etc.
3. Planifica la sesión fotográfica. Ten presente el objetivo de la foto, lo que se quiere decir con la imagen. Hay que considerar que todo esté alineado a los objetivos de marketing del negocio.
4. Elige la locación, los elementos, los actores (si aplica), el diálogo en la foto. Tómate el tiempo, pues cada detalle cuenta.
5. Sube la foto a la red social indicada, con una breve descripción o mensaje que complemente el mensaje.
6. Presta atención a las fotos que usas en tus perfiles de redes sociales. Para que los usuarios de la red de identifiquen más fácilmente, usa el mismo diseño para todos los perfiles, con la misma foto o muy similares entre sí. Evita crear confusión sobre tu identidad.
7. Atrévete a posar como emprendedor para tus propias fotos. Expresa con tu sonrisa la alegría de emprender.



Y recuerda...

Enfócate en mostrar lo mejor de tu negocio. Lo más importante no es la cámara, sino cómo manejas la luz.

7. CONOCIENDO LA TECNOLOGÍA DE LOS MEDIOS DE PAGO

Objetivo

En esta lección conoceré las múltiples formas de hacer y recibir pagos a través de sistemas digitales y transacciones en línea, como estrategia para agilizar la gestión financiera de mi negocio.



Introducción

El mundo digital ha encontrado un espacio de grandes desarrollos en materia de medios de pago. Cada vez existen más diversas formas de pagar un producto o servicio, pues el dinero físico es solo una de las tantas alternativas que coexisten a la hora de hacer transacciones.

Abrir distintos canales para recibir pagos, puede hacer la diferencia entre tu negocio y otro, pues los consumidores están en la búsqueda de mecanismos rápidos y cómodos que no trunquen sus deseos de adquirir productos o servicios.

Es así, como los medios de pago que manejes en tu negocio pueden considerarse también como un elemento diferenciador, que refleje la versatilidad de tu emprendimiento.

¿Qué es un medio de pago?

Para comprar algo se necesita un medio o un instrumento de pago. Es decir, una alternativa o bien que permita hacer tal compra de un bien o servicio o forma pagar alguna deuda.

El dinero en efectivo, las tarjetas de débito y crédito, son medios de pago ampliamente conocidos.

Antes de continuar, es importante distinguir entre *medio de pago* y *medio de cambio*. El medio de pago es el vehículo o instrumento por el cual se hace el pago, mientras que medio de cambio es la expresión del pago como unidad monetaria y que ambas partes de la transacción están aceptando como válida.

En los últimos años se han creado una amplia gama de mecanismos e instrumentos digitales, considerados como medios de pago, pues permiten la adquisición de bienes y servicios. Igualmente, se han creado nuevos medios de cambio que de alguna manera funcionan como alternativa ante las monedas existentes.

¿Qué es un medio de pago electrónico o en línea?

Los medios de pago electrónicos o medios de pago en línea utilizan internet para ser facilitadores en la aceptación y envío de dinero a través de la red.

¿Cuáles son los medios de pago electrónicos que existen actualmente?

- Las pasarelas de pago o TPV virtual para el pago con tarjeta.
- Sistemas de monedero electrónico.
- Sistemas que conectan directamente la banca electrónica con el usuario.

Pago Móvil

Es un sistema que permite realizar los pagos por medio de un teléfono inteligente. Este método es ofrecido por una gran cantidad de entidades bancarias, aunque no es utilizado por todos los comercios, tiende a ser mayormente utilizado por jóvenes o personas familiarizadas con el uso de smartphones.

Para hacer uso de este sistema el cliente recibirá por parte del vendedor toda la información necesaria para realizar el pago, ingresará a la aplicación y seguirá cada uno de los pasos, al autorizar la transacción con su código secreto, se realizará la compra.



El servicio de Banesco PagoMóvil permite recibir pagos en línea o enviar dinero a terceros en Banesco y otros bancos de forma fácil y segura, a través de una aplicación móvil, web o SMS. Toda la información la puedes consultar a través de **www.banesco.com** en la sección Banca Digital, donde además podrás descargar la aplicación.

Transferencias bancarias

Es la forma de traspasar fondos entre una cuenta y otra de forma electrónica, sin hacer uso de dinero físico.

A través Banesco Online, podrás realizar las transferencias bancarias que necesites, para pagar a tus cuentas. Las transferencias pueden ser:

- A cuentas propias Banesco
- A terceros en Banesco
- A terceros de otros bancos

Pasarela de Pago

Una pasarela de pagos es un suministrador de servicios que autoriza los pagos. Es equivalente a un punto de venta de una tienda física. Para escoger la pasarela se deberá tomar en cuenta la entidad bancaria con la que se trabaja, dicha entidad le proporcionará a la empresa toda la documentación necesaria.



Su sistema permite a los usuarios realizar pagos y transferencias por medio del internet. Los pagos realizados a través de Paypal son totalmente gratuitos. El destinatario puede ser cualquier persona que tengo o Paypal, que disponga de un correo electrónico. Quien reciba el dinero recibirá un mensaje sobre los fondos, y deberá crear una cuenta Paypal en caso de no tenerla, para poder retirarlos o transferirlos a una cuenta bancaria propia.



Este tipo de pago fue creado por Google con el fin de que los usuarios paguen sus servicios. Para utilizarlo debe tener una cuenta Google o Gmail e iniciar sesión en Google Wallet. En caso de no tenerla, deberás abrir una. Luego, solo tendrás que verificar la cuenta y añadir una cuenta bancaria.



Es un método seguro de pagos y cobros online que ofrece. Aun si tu cuenta es hackeada, tus fondos continuarán seguros. Las operaciones que se realicen a través de esta plataforma son confirmadas por un código de seguridad que pueden ser enviadas por mensaje de texto.



Es una pasarela de pago que realiza miles de pagos cada mes para sus clientes. Desde pequeñas hasta grandes empresas utilizan esta plataforma para realizar sus pagos.



Es el sistema de pagos del conocido sitio web de compra y venta de productos. Ofrece confianza a los consumidores, mediante un sistema confiable y que asegura sus compras. Además, la experiencia y solidez de Mercado Libre entrega la confianza a los vendedores sobre la integridad de sus fondos.

¿Cómo elijo los medios de pago en mi negocio?

La situación óptima es que tus clientes encuentren la forma de pagar por tus productos o servicios de la manera que ellos prefieran. Facilitar varias vías por las cuales puedas concretar sus pagos, y por supuesto tus ventas, debe ser un aspecto importante que debes considerar.

En muchas ocasiones la venta no se concreta por carecer del medio de pago que tu cliente utiliza o prefiere. Hay que evitar este escenario, siempre considerando los siguientes aspectos:

1. Las comisiones que generan los medios de pago. No será beneficioso tener medios de pago que generen altas comisiones por su uso, pues esto aumentará tus costos y disminuirá tus ganancias.
2. Los medios de pago deben estar acorde al volumen de tus ventas, al movimiento de dinero diario y al tipo de negocio.
3. El nivel de conocimiento que tengas al manejar medios de pago digitales. Asegúrate de reconocer los sistemas y las plataformas de medios digitales, recordar las contraseñas, etc.
4. Mantén comunicación constante con tu banco, y consulta si ofrecen algún producto o servicio nuevo que pueda ayudarte con los medios de pago.
5. No transfieras o alquiles de manera informal tus medios de pago a terceros, pues pones en riesgo tu seguridad y la de tus clientes.
6. Procura contar con varios medios de pago, evitando que tus ventas no se concreten por falta de opciones.
7. Sigue las noticias y mantente informado sobre los cambios en los medios de pago. Esto te ayudará a tomar mejores decisiones de cuál tecnología, plataforma, mecanismo o dispositivo es el adecuado para ti.

Y recuerda...

“El gran motor del cambio es la tecnología” Alvin Toffler



Bibliografía

www.movistar.com.ve/negocios
www.facebook.com/business
www.destinonegocio.com
www.emprendedores.es
www.mipropiojefe.com
www.transeop.com
www.emprendepyme.net
www.economipedia.com
www.vilmanunez.com
www.viaempresa.cat
www.globalkamconsultoresretail.com
www.avanzamas.cl
www.cincodias.elpais.com
www.xatakandroid.com
www.expertosnegociosonline.com
www.motorola-global-es-latam.custhelp.com
www.informaticamilenium.com
www.rockcontent.com
www.consumidor.ftc.gov
www.kaspersky.com
www.crehana.com
www.genuinocloud.com
www.banesco.com

Créditos

Este libro fue escrito gracias a la colaboración de nuestras aliadas sociales las Economistas y Profesoras de la UCV. María Isabel Díaz y Guilleldris Salcedo. Fundadoras de FundAcción Social (@fundasocialve).



@baneskin
@banesco



facebook.com/
banescobancouniversal



blog.banesco.com



Banesco
Banco Universal

RIF: J-07013380-5