

WORTEV



Guía para comenzar tu negocio

La orientación de expertos para acompañarte

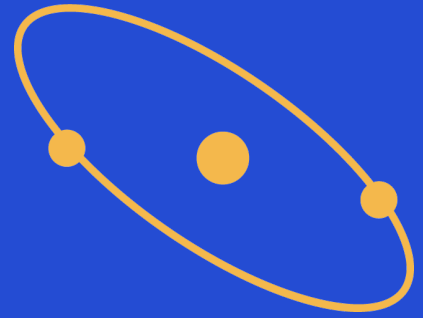




INTRODUCCIÓN

Ser un emprendedor requiere disciplina, constancia y organización. Necesitas de una mente fuerte para lograr el éxito de tu emprendimiento, pasará mucho tiempo antes de que tu negocio sea rentable.

La buena noticia es que no estás solo. En **WORTEV** somos una aceleradora nuclear de negocios y un fondo de capital emprendedor, y nuestro compromiso es con los emprendedores. Por eso, hoy tienes ante ti una guía para desarrollar tus ideas y ponerlas en acción.



CONTENIDO

1. Constituir una empresa en México

- 1.1 Cómo constituir tu empresa
- 1.2 Cuánto cuesta crear tu empresa
- 1.3 Tipos de empresas en México

2. Crea tu marca

- 2.1 Diseña tu logotipo
- 2.2 Registra tu marca

3. Cómo llevar la contabilidad de tu negocio

- 3.1 Registra tu patrimonio
- 3.2 Invierte en especialistas y herramientas
- 3.3 Optimiza tus recursos con un sistema ERP
- 3.4 Respalda tu información

4. Construye tu sitio web

- 4.1 Cómo tener un sitio web funcional
- 4.2 Conceptos básicos de un sitio web

5. Ventajas de tener una tienda en línea

- 5.1 Diseña tu tienda en línea
- 5.2 Simplifica las compras a tus clientes
- 5.3 Ofrece diferentes opciones de pago
- 5.4 Facilita el envío de tus productos

6. Planea cada detalle de tu marketing

- 6.1 ¿Qué es el marketing inteligente?
- 6.2 Cómo crear una estrategia sólida

7. Registra tu proyecto en WORTEV

- 7.1 Beneficios de pertenecer a una Aceleradora

1. CONSTITUIR UNA EMPRESA EN MÉXICO



México se está convirtiendo en un país en auge en cuanto a emprendimiento, está considerado el segundo lugar favorito (después de Brasil) como el país de Latinoamérica para crear empresas.

Crear una empresa en México requiere una serie de trámites legales que si realizas de la mano de un experto te ahorrará tiempo, dinero y esfuerzo.

El primer paso es realizar la solicitud de la denominación social ante la Secretaría de Economía, después darle forma a tu objeto social y protocolizar el acta de nacimiento de tu empresa ante un fedatario público, explica Samantha Olivares, Gerente Legal en **WORTEV**.

Lo mejor es que un equipo legal especializado te lleve de la mano.

Entre las principales recomendaciones para constituir tu empresa está contar con un representante legal.

Esta figura te apoyará a realizar los trámites necesarios para que tu empresa pueda empezar su operación sin necesidad de que tú o tus socios tengan que realizar dichos trámites de manera personal.

1.1 Cómo constituir tu empresa

El primer paso que deberás dar es solicitar la autorización de por lo menos cinco denominaciones ante la Secretaría de Economía. Así tendrás la posibilidad de escoger, dentro de los autorizados, la razón social de tu empresa.

Un abogado especializado puede ayudarte solicitando las denominaciones que tú escojas.

Una vez que se tenga la denominación autorizada, el abogado especializado junto con el fedatario público, redactarán el proyecto de tu acta constitutiva.

En este documento se definirán todos los estatutos de tu empresa como el objeto social, cuadro accionario, apoderados, entre otros. Mismo que deberá pasar por tu revisión y aprobación.

Cuando el proyecto de tu acta constitutiva se encuentre completo, el abogado especializado te apoyará para que tú y tus socios acudan ante el fedatario público y firmen el instrumento notarial correspondiente.

Una vez firmado el instrumento notarial, en aproximadamente 7 días hábiles o más dependiendo del fedatario público, te harán entrega del testimonio de tu acta constitutiva el cual ya se encuentra inscrito en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio (RPPyC).

En caso de estar en trámite la inscripción, te entregarán una copia certificada con una carta mencionando que la inscripción se encuentra en

proceso. Con cualquiera de estos documentos podrás agendar tu cita para obtener tu Registro Federal de Contribuyentes (RFC) ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

En caso de que sólo te entreguen la copia certificada, deberás dar seguimiento para que en un máximo de dos meses te entreguen el testimonio de tu acta constitutiva. Pues ésta garantiza que tu empresa está registrada.

Teniendo tu RFC y tu FIEL como persona moral podrás también registrarte en el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y tramitar tu apertura de cuenta bancaria.

Ahora sí, estarás listo para operar como persona moral, asegura Samantha Olivares.



Representante Legal. Ser el representante legal de una empresa implica asumir diferentes responsabilidades y atribuciones. Es quien actúa en nombre de otra persona y que es reconocido por la ley. Esta figura es la encargada de representar la toma de decisiones.

Acta constitutiva. Acta referida a la constitución de algunas sociedades, la cual puede formalizarse por instrumento público o escritura o por instrumento privado con certificación notarial de las firmas de los constituyentes y está referida a la constitución de determinadas sociedades. Debe contener: Razón social o denominación, Objeto social, Capital social, Plazo de duración, Organización de la administración, Distribución de utilidades, Normas sobre el funcionamiento, Disolución y liquidación social.

1.2 Cuánto cuesta crear tu empresa

Dependiendo de tu tipo de empresa, de los permisos gubernamentales y otros factores, el precio varía entre los \$18,000 y \$30,000 pesos mexicanos. Estos son los costos aproximados vigentes a marzo de 2022:

1. Autorización de uso de denominación ante la Secretaría de Economía: sin costo.

2. Elaboración del Acta Constitutiva: su costo depende del fedatario público y puede variar entre los \$15,000 y \$25,000 pesos mexicanos.

3. Obtención del RFC: sin costo.

4. Inscripción de la sociedad en el Registro Público de la Propiedad y del Comercio: aproximadamente \$2,800 pesos mexicanos.

5. Inscripción en el IMSS: sin costo, aunque serán necesarias futuras aportaciones a la cuenta de Seguridad Social.

6. Permisos gubernamentales dependiendo el giro de tu empresa: los costos varían dependiendo el giro y su domicilio fiscal.

1.3 Tipos de empresas en México

Lo primero que debes hacer es definir si vas a constituir tu empresa como persona moral o realizarás las actividades de tu empresa bajo el régimen de persona física con actividad empresarial.

Considera que en este último régimen no cuentas con una razón social, ya que ejerces como persona física, y de esta manera debes declarar ante el SAT como responsable de las obligaciones de tu negocio ante las leyes mexicanas.

En el caso de la persona moral, constituyes tu empresa en conjunto con otras personas físicas o personas morales, que se constituyen como socios o accionistas.

Por eso, en el caso de las personas morales, toca también definir el tipo de sociedad que se constituirá dependiendo el objeto social de tu empresa, dentro de las que se encuentran:

- Sociedad en Nombre Colectivo (S en N.C.)
- Sociedad en Comandita Simple (S. en C.S.)
- Sociedad en Comandita por Acciones (S. en C. por A.)
- Sociedad de Responsabilidad Limitada (S. de R.L.)
- Sociedad Cooperativa (S.C.)
- Sociedad Anónima (S.A.)
- Sociedad Anónima de Capital Variable (S.A. de C.V.)
- Sociedad Anónima Promotora de Inversión (S.A.P.I.)

- Sociedad Anónima Bursátil (S.A.B.)
Sociedad por Acciones Simplificada (S.A.S.)

- Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (SOFOM)
- Sociedad Financiera de Objeto Limitado (SOFOL)

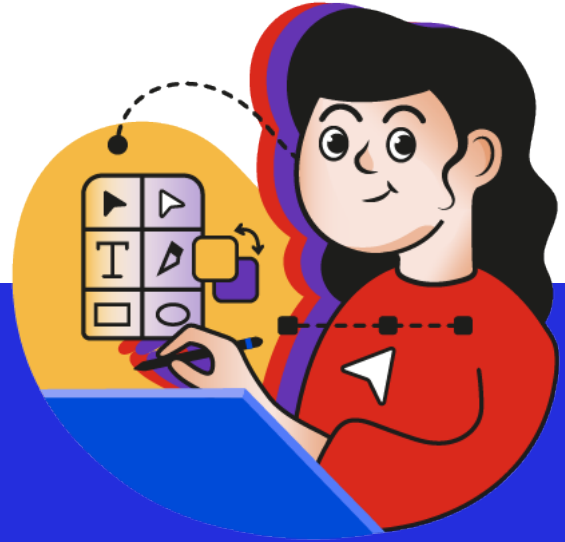
- Sociedades Financieras Populares (SOFIPO)

Crear una empresa en México es un proceso complejo, por lo que contar con la ayuda de abogados especializados que te ofrezcan un asesoramiento personalizado puede ser de gran ayuda.

¿Cómo construir una empresa en México?



2. CREA TU MARCA



La mayoría de las personas asocian la marca con el logotipo o el nombre de una empresa. Si bien esa es una faceta importante de la marca, no lo es todo. Se trata de crear una buena reputación y fomentar una relación significativa con tus clientes.

La marca es la imagen que deseas comunicar a tus seguidores en redes sociales y cómo la empresa se identifica y se diferencia de tus competidores.

Una marca sólida ayuda a los clientes a comprender instantáneamente de qué se trata tu negocio y qué beneficios les ofrece.

2.1 Diseña tu logotipo

El logotipo es el signo de identificación de tu marca. A través de él, tus clientes distinguirán tu producto y/o servicio. Para crear un logotipo existe un gran trabajo de investigación. Se desarrolla a partir de presupuestos teóricos de diseño y de psicología. También de semiótica, color, composición y concepto.

Llegar al símbolo ideal, que sea estético y funcional, para la necesidad específica del cliente es trabajo del diseñador gráfico. El profesional que logra conceptualizar tu marca. Eso que deseas transmitir a través de las formas de tu logotipo.

Deberás poner especial atención en la tipografía, el símbolo y los colores de tu logo antes de ponerlo a prueba con diferentes personas que encajen en el perfil de tu cliente objetivo.

Una vez aprobado, deberás revisar que funcione en su versión horizontal y vertical. Así como el tamaño mínimo que debe tener para que sea legible. Del mismo modo, haz pruebas para delimitar el tipo de fondo.

Todos estos detalles deberán estar escritos en el manual de marca con el fin de garantizar que tu logotipo siempre tenga una excelente legibilidad.

Concepto de marca: ¿cuál es el significado de los colores en marketing?

2.2 Registra tu marca

El registro de una marca en México se realiza ante el **Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI)**. Lo que te permite tener el uso exclusivo de ésta durante 10 años en todo el país.

Además, en caso de que detectes un mal uso de tu marca, puedes iniciar acciones legales. A futuro también te facilitará otorgar licencias de uso o franquicias.

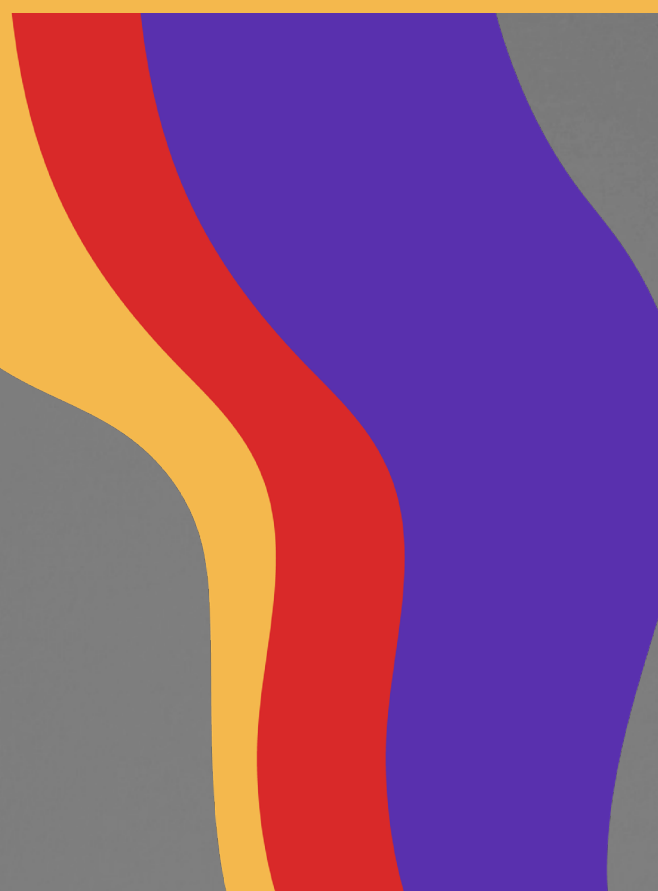
El costo del trámite por el estudio de una solicitud nacional para el registro de una marca, hasta la conclusión del trámite, o en su caso, la expedición del título es de \$2,457 pesos mexicanos (no incluye IVA).

Entre los requisitos deberás llenar varios formularios y formatos, y acompañar los mismos con el pago de derechos para que de esta forma el IMPI inicie el trámite de registro de marca, es importante mencionar que el Instituto tarda aproximadamente en realizar la entrega de la Constancia de Registro entre 3 y 6 meses máximo, una vez contando con esta constancia tu marca se encontrará protegida.

Te recomendamos asesorarte legalmente para que tengas la guía profesional para recibir solicitudes y promociones de tu expediente así como cualquier oposición que puedan realizar otras marcas para solicitar que no se te otorgue el registro.

Es importante que un abogado especializado te apoye para poder dar respuesta a cualquier oposición a tiempo y evitar que el IMPI tome tu solicitud como abandonada y que tengas que pagar un nuevo registro.

En Marcanet puedes consultar expedientes de marcas, avisos y nombres comerciales con los que cuenta la Dirección Divisional de Marcas. Esto te permite revisar de forma gratuita, si tu marca ya fue registrada por alguien más y hacer los ajustes necesarios a tu solicitud, así como realizar la búsqueda fonética de tu marca para contar con una búsqueda a detalle y puedas decidir sobre el registro.



3. CÓMO LLEVAR LA CONTABILIDAD DE TU NEGOCIO



La contabilidad de tu negocio es sumamente importante. Te podrá ayudar a identificar de manera detallada los ingresos y egresos de tu empresa. Además, te permitirá el control adecuado de los mismos y poder estar en orden y al día con el Servicio de Administración Tributaria (SAT).

En muchos casos, los empresarios y emprendedores deciden dejar a un lado la contabilidad de su negocio y no darle la importancia que realmente merece, lo que les lleva a un único destino: la quiebra.

Saber cuánto dinero ingresas y cuánto gastas es fundamental para poder conocer, de forma sencilla, el estado financiero de tu empresa.

Lo recomendable es registrar ingresos y egresos de forma diaria o semanal, el ideal es hacerlo diario, pero sabemos que a veces la operación lo impide, así que sugerimos tomarte el tiempo suficiente a la semana para dedicarte a esta tarea tan importante.

Es primordial que toda esta información la guardes en algún lugar en el que puedas consultar siempre y que utilices un formato que te facilite este proceso.

Lo más útil y sencillo para comenzar es Excel o Google Sheet. Te permitirá tener toda la información contable de manera digital y a la mano. No olvides hacer respaldos para evitar afectaciones ante cualquier eventualidad.

Recuerda guardar las facturas que registres, son necesarias durante todo el proceso contable y fiscal de tu empresa, recomienda Paulina Portillo, Directora de Finanzas en **WORTEV**.

3.1 Registra tu patrimonio

El patrimonio empresarial es el conjunto de bienes, derechos y obligaciones que pertenecen al negocio y que conforman su balance.

- **Bienes:** Elementos de naturaleza tangible que forman parte de tu negocio. Por ejemplo: maquinaria, equipos informáticos, vehículos, etc. Forman parte del activo. Tu inventario es parte de tu patrimonio, por lo tanto deberás registrar cuáles son todos los productos que tienes disponibles y el valor de cada uno de ellos. También puedes hacer una sumatoria total para saber cuál es el valor general de todo tu inventario.
- **Derechos:** Cobros pendientes de la empresa sobre terceras personas. Por ejemplo: facturas pendientes de cobro de los clientes. Éstos forman parte del activo.
- **Obligaciones:** Deudas frente a terceros. Por ejemplo: un préstamo bancario, una factura de un proveedor, etc. Elementos que conforman el pasivo de la empresa.

Organizar una base de datos con tus clientes y proveedores te ayudará a tener a la mano toda la información necesaria. De este modo, puedes conseguir de manera detallada cuánto dinero debes a tus proveedores o cuánto te deben tus clientes.

Además, tener este tipo de información registrada te ayuda a acelerar procesos con tus contactos frecuentes.



3.2 Invierte en especialistas y herramientas

De inicio te recomendamos contratar a un contador empresarial que pueda ayudarte a llevar la información. Más adelante podrás optimizar tus recursos con otras herramientas.

En caso que desees llevarlo tú mismo la contabilidad de tu negocio, puedes utilizar programas contables.

Un software de contabilidad automatiza todos los procesos contables y te permite conocer el estado de tu empresa de una manera sencilla. Aunque para ganar más tiempo y tranquilidad te sugerimos siempre contar con un especialista.

3.3 Optimiza tus recursos con un sistema ERP

Un ERP es un sistema capaz de integrar la información procedente de los distintos departamentos de tu negocio. Permite tomar decisiones sobre una base mucho más sólida y consistente. Conocido como Enterprise Resource Planning es un sistema de planificación de recursos empresariales.

Esta herramienta se encarga de diferentes operaciones internas de la compañía, ya sea a nivel de producción, de distribución o incluso de cuestiones relacionadas con recursos humanos.

Incorporar un sistema ERP en la empresa es cada vez más habitual en el mundo empresarial debido a que con ello ayudamos a obtener mejores resultados en todo lo relacionado con la gestión. Lo que te permitirá mejorar tus finanzas. Poder consultar el estatus en tiempo real de tu operación para la toma oportuna de decisiones, es una de los grandes beneficios de esta herramienta.

“Un sistema ERP te permite tener toda la operación centralizada”, asegura Adrián Rosales, Gerente de Procesos en **WORTEV**.

3.4 Respaldar tu información

La información de tu negocio es tan importante como la facturación o la atención al cliente, y en todo momento está en riesgo por un error humano, deterioros del equipo, un virus, un robo o hasta desastres naturales.

Por lo tanto, respaldarla es una tarea indispensable. Sin embargo, es una actividad que muchos emprendedores no valoran o que subestiman hasta que se presenta una situación desafortunada.

Para cumplir con este objetivo deberás:

- **Elegir un medio de almacenamiento.**

Ningún medio de almacenamiento es 100% seguro. Nuestra recomendación es elegir, al menos, dos medios de almacenamiento en los cuales puedas mantener una copia periódica, comparte Isaac Chávez, Gerente de Soporte, Infraestructura y Ciberseguridad en **WORTEV**.

Por ejemplo, un almacenamiento externo que puedas poseer como USB o disco externo, y complementarlo con un proveedor de almacenamiento en la nube. De esta forma lograrás aumentar el nivel de disponibilidad de tu información.

Si optas por proteger tu información en la nube, cambia tu contraseña por lo menos cada seis meses. Si vas a respaldar en un equipo físico, mantenlo siempre en condiciones óptimas.

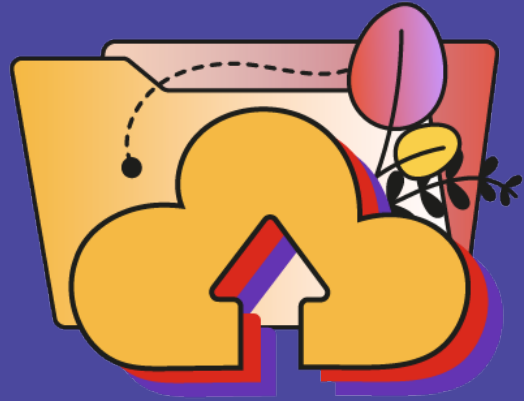
- **Selecciona la información relevante.**

Descarta los archivos que carezcan de información útil, de forma que el proceso de respaldo se haga solo con archivos necesarios.

- **Establece una frecuencia.**

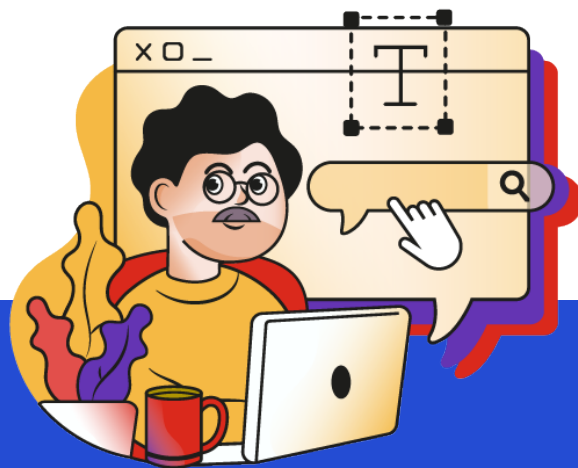
Define la periodicidad de tus respaldos, puede ser diaria, mensual, semanal, anual. Así como la retención de la misma, para evitar costos excesivos.

Toma en cuenta que solo se podría recuperar la información hasta la fecha del último respaldo. Trata de elegir una frecuencia en la cual se evite la mayor pérdida de información.



Descarga nuestro Paper:
[Las pymes ante el mundo híbrido](#)

4. CONSTRUYE TU SITIO WEB



El sitio web es el canal más importante de marketing digital, por lo que debe construirse con mucho cuidado y enfocado en lo que la empresa quiere lograr.

Tiene varios objetivos, que van desde la visibilidad en línea, engagement, publicación de nuevos productos o servicios hasta llegar a la venta en línea.

En el caso de los emprendimientos, se puede utilizar para estos dos propósitos: para ganar mayor alcance en Internet, hasta el punto de posicionamiento de marca y, así, aumentar las posibilidades de vender más.

4.1 Cómo tener un sitio web funcional

Las secciones básicas que debe tener un sitio web son:

- **Página de inicio.** Con una buena imagen de inicio o un carrusel de imágenes y slogan de la marca.
- **Quiénes somos.** Tienes la posibilidad de contar la historia de tu emprendimiento y, en ocasiones, de tu equipo de trabajo.
- **Productos o servicios.** Es la lista de lo que ofreces como empresa.
- **Tienda en línea.** Comienza a vender desde que un cliente encuentra tu marca.
- **Cientes.** Es conveniente destacar a los más importantes y conocidos.

Incluye solo a los principales. Es una forma de demostrar que la empresa es confiable y cumple lo que promete.

• **Contacto.** Incluye un formulario para que tus clientes potenciales se acerquen a ti. Además de la dirección de tu oficina, así como correo electrónico y teléfonos.

Esta estructura generalmente es funcional sin importar el giro de tu emprendimiento.

4.2 Conceptos básicos de un sitio web

Un sitio web se compone básicamente de: nombre del dominio para asignar su dirección; servidor para almacenar todos sus archivos, conocido como hosting; y un Content Management System (CMS) para gestionar la producción de contenidos.

- **Dominio.** También conocido como URL, es la dirección de tu web. Es decir, lo que los visitantes escriben en la barra del navegador para llegar a tu sitio.

Hay varias extensiones de dominio. Pueden existir diferentes tipos como: comercial (.com), organizaciones no lucrativas (.org), educación (.edu), gobierno (.gob), entre otras. También con diferentes códigos de país: .mx (México), .uk (Reino Unido) y cada país tiene su identificador.

Para tener un dominio, debes registrarte y pagar por él. Si tu dominio no está en competencia y aún no ha sido registrado por nadie, el costo suele ser bajo. Aproximadamente \$200 pesos anuales. En caso de que el dominio que quieres esté registrado tienes un par de opciones:

1. Ubicar al propietario y hacerle una oferta para comprar el dominio.
2. Definir un nombre alternativo que aún esté disponible.

- **Hosting (alojamiento).** Es donde están todas las páginas, imágenes y archivos de tu sitio web. Existen varios planes de hosting, los más comunes son: compartido y dedicado.

Para elegir el mejor hosting para tu sitio web deberás considerar tu presupuesto disponible, explica Diego Arcos, Gerente de Diseño Web en **WORTEV**.

- **CMS.** Un CMS (Content Management System, en español, Sistema de Gestión

de Contenidos) te permite crear, organizar, publicar y eliminar contenidos de tu sitio web. Es la solución ideal para los sitios web que precisan cambios continuamente con la menor cantidad de esfuerzo por parte del usuario.

Su principal ventaja es la posibilidad de administrar contenidos dinámicos de forma sencilla, es decir, mantener un blog, una tienda en línea o cualquier otro tipo de página web que demande una actualización constante.

Generalmente, las empresas contratan a un programador para desarrollar el sitio web tanto a nivel funcional como de diseño. Existen opciones para crear un sitio web gratis, pero antes de tomar esta alternativa te sugerimos preguntarte: ¿tengo las herramientas para levantar mi sitio yo mismo?



5. VENTAJAS DE TENER UNA TIENDA EN LÍNEA



Durante el 2020, el primer año de la pandemia por Covid-19, el e-commerce generó \$316,000 millones de pesos en la venta al menudeo en México, es decir, un 9% del total de las ventas. Lo que significó un 81% más respecto al 2019, de acuerdo con un estudio de la [Asociación Mexicana de Venta Online \(AMVO\)](#).

Desde entonces, las compras en línea han adquirido mayor importancia y se han convertido en un hábito frecuente entre los consumidores promedio.

Estas son las ventajas de una tienda en línea:

- **Mayor alcance.**

Una tienda en línea te ayudará a captar más clientes potenciales en lugares donde una tienda física no llegaría.

- **Menor inversión.**

Otra de las ventajas es que te permite expandir tu negocio sin tener que invertir en un local más grande, en la adquisición de mobiliario o en la contratación de más personal.

- **Publicidad digital.**

Del mismo modo, puedes hacer uso de los diferentes medios publicitarios digitales, como redes sociales, donde podrás impactar a un mayor número de clientes potenciales, que con la publicidad tradicional.

- **Disponibilidad inmediata.**

Uno de los mayores beneficios del e-commerce es que tu negocio estará disponible 24/7, por lo que tus clientes potenciales podrán acceder a tu catálogo de productos sin salir de casa desde cualquier dispositivo electrónico.

5.1 Diseña tu tienda en línea

Para diseñar una tienda en línea, primero deberás tener una idea muy creativa de presentar tus productos. Es importante que seas empático con tus clientes potenciales y desarrolles una tienda en línea amigable para todos los visitantes. Al mismo tiempo, resalta las cualidades de tus productos.

Ten en cuenta que una tienda en línea exitosa, requiere varios meses de trabajo antes de empezar a vender, comparte Erika Cerón, Gerente de Crecimiento Acelerado en **WORTEV**.

5.2 Simplifica las compras a tus clientes

Una compra en tu tienda en línea debe ser simple. Enfócate en que tus clientes puedan concretarla en el menor número de pasos posible. No debe tomarles mucho tiempo en poder realizar una transacción, de lo contrario, podrías perder la oportunidad de concretar una venta exitosa.

Crea un plan de estrategias inteligentes, como compras sin necesidad de registrarse, o bien, desarrolla un beneficio adicional que tus clientes recibirán por dicho registro.

Cuando tus clientes están en el proceso de pago, no los distraigas del objetivo, permite que se enfoquen en su decisión de compra.

Los botones con llamadas a la acción claras, guiarán a tu cliente a concretar esa compra. Algunas sugerencias son: comprar ahora, comprar aquí, seguir comprando, finalizar la compra.

5.3 Ofrece diferentes opciones de pago

Las opciones de pago más utilizadas son: transferencias bancarias directas, tarjeta de crédito, paypal (o similar), contraentrega y, en caso de que tengas tienda física, retirada y pago del producto en tienda.

Por otra parte, uno de los problemas del pago es que muchos servicios sacan de la página de e-commerce al cliente para que terminen el pago y eso provoca que desistan de la compra.

No olvides analizar, cuáles son las mejores para tu tienda en línea, considera la seguridad tuya y la de tus clientes.



El 56% de las personas espera que para comprar en una tienda existan varias opciones de pago.



5.4 Facilita el envío de tus productos

Un error en la logística de envíos puede afectar todos los demás esfuerzos en tu tienda en línea.

¿Sabías que 55% de los usuarios que abandonan sus carritos de compra lo hace porque los costos de envío son demasiado elevados? Es primordial que decidas de qué manera te conviene cobrarle el envío a tus clientes.

Para esto, primero tienes que generar una estrategia de logística completa, considerar el costo del envío en tu plan financiero y solicitar asesoría a empresas de paquetería.

De esta forma podrás determinar, qué precio deberán pagar tus clientes por el envío, explica Erika Cerón. Si tu estrategia logística y financiera te lo permite, existen estas opciones:

• Envío gratuito

Es el método más atractivo para tus clientes, pues facilita más su decisión de compra. Trata de ofrecer el envío gratis sobre una cantidad mínima de compra.

• Envío con tarifa de transporte en tiempo real

Existen plataformas que permiten integrar en tiempo real varios mensajeros y vivir de precios de varios portadores. Esta opción le proporciona a tus clientes la facilidad de elegir exactamente el servicio que quieren.

• Envío con tarifa única

Tiende a ser un poco complicado y menos eficaz si vendes una amplia gama de productos con diferentes tamaños y pesos.

Sin embargo, funciona mejor cuando tienes una línea de productos similares con tamaño estándar y peso similar.

• Mensajería urgente

Los envíos exprés son caros, a pesar de ello, cada vez más clientes quieren el servicio en un día o el mismo día. Si lo ofreces, marca la tarifa completa que te cobre a quien contrates para realizar el envío. Toma en cuenta que hay empresas de mensajería que ofrecen planes especiales para entregas urgentes.



Mejora tu logística y cadena de suministro con estas recomendaciones

6. PLANEA CADA DETALLE DE TU MARKETING



El plan de marketing resume la planificación de las estrategias de marketing para un período determinado, incluyendo objetivos, canales de comunicación, presupuestos, mercado objetivo, indicadores y análisis, explica Isaac Sánchez, Asesor de Marketing en **WORTEV**.

Este documento es una importante herramienta de gestión, pues orienta las estrategias y acciones para que cumpla de manera eficiente sus objetivos y contribuya al crecimiento de tu emprendimiento.

También está vinculado a la gestión empresarial. Es parte de la planificación táctica de la empresa, que conecta la planificación estratégica, con las definiciones operativas de cada área.

Lo más importante es que este documento se ajuste a la realidad de tu negocio.

6.1 ¿Qué es el marketing inteligente?

El marketing inteligente es una serie de prácticas y estrategias basadas en la inteligencia de negocios para conseguir el posicionamiento de tu marca y ayudarte a incrementar tus ventas, añade Isaac Sánchez.

Prácticas como creatividad e innovación digital, acompañadas de una serie de procesos como un embudo de ventas.

Usar herramientas digitales te ayudará en el análisis de consumidores, ventas, clientes potenciales, entre otros. A través de sensaciones, experiencias y emociones lograrás incentivar a tu consumidor y aumentar el compromiso de tus clientes hacia tu marca.

Aplicar marketing inteligente en tu emprendimiento te ayudará mucho para tener los mejores resultados y una gran efectividad en tus ventas.

6.2 Cómo crear una estrategia sólida

Existen diferentes elementos que son claves al desarrollar una estrategia de marketing inteligente:

- **Orientada al consumidor.**

Enfócate en las necesidades, deseos, sueños, preocupaciones y aspiraciones de tu cliente. Entiende todas sus dimensiones a nivel emocional, racional y cultural.

- **Objetivos y métricas claros.**

Encaminados en tu emprendimiento en el corto, mediano y largo plazo.

- **Nuevas tecnologías.**

Debes comprender su uso e implementarlas de forma eficiente y rentable.

- **Data.**

Propiciar el manejo claro, dinámico y consistente de los datos para la toma de decisiones a lo largo del viaje del comprador.

- **Relaciones duraderas.**

Tu propuesta de valor deberá ofrecer a tus clientes experiencias memorables, fidelización, capacidad de sorprender e innovación permanente.

- **Excelencia operativa.**

Garantizar un excelente servicio le permitirá a tu negocio cumplir en forma impecable con la promesa de valor.

- **Comprensión.**

Entender la relación con tus clientes como un viaje de experiencias y así, desarrollar estrategias tácticas en cada uno de los pasos y etapas.

- **Omnicanal.**

Integra a los medios tradicionales, los canales digitales y la experiencia en el punto de venta.

- **Uso de herramientas.**

Aplica la tecnología para personalizar y automatizar las ofertas y las comunicaciones con los clientes de forma inteligente.

- **Permanencia.**

El mundo digital no es una moda, forma parte del ADN y de la cultura de una organización.



7. REGISTRA TU PROYECTO EN WORTEV



Las aceleradoras de empresas -como **WORTEV**- tienen como objetivo impulsar a emprendedores, a través de un programa de formación durante un plazo determinado.

Entrar en un programa de estas características es la llave que muchos emprendedores necesitan para lograr financiación y seguir creciendo.

En **WORTEV** somos la primera aceleradora nuclear, que impulsa empresas de alto impacto. Las empresas del futuro. Les ayudamos a desarrollarse y crecer con educación, servicios de negocio e inversión.

WORTEV combina una plataforma educativa, la primera aceleradora nuclear de negocios y firma de capital emprendedor para impulsar a las empresas del futuro.

7.1 Beneficios de pertenecer a WORTEV

El objetivo de una Aceleradora nuclear como **WORTEV** es impulsar el desarrollo y el crecimiento de startups.

- **Optimiza costos operativos.**
- **Mejora resultados en la operación.**
- **Incrementa la rentabilidad.**

La aceleradora se integra directamente al núcleo operativo de las empresas con:

- **Equipo multidisciplinario y especializado.**
- **Infraestructura tecnológica.**
- **Capital para crecimiento.**

En **WORTEV** apoyamos proyectos de emprendimiento en sus etapas iniciales para tener un producto comercializable y sus primeras ventas.

Nuestras áreas especializadas te ayudarán a resolver problemas de tu emprendimiento y lograr resultados.

Conoce más aquí