



# Cómo planificar un negocio online



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



## Socios



Smart Educational Projects  
(Rumanía)

<https://www.sep-ngo.eu/>



IED - Institute of Entrepreneurship Development  
(Grecia)

<http://www.ied.eu/>



Inercia Digital  
(España)

<http://www.inerciadigital.com/>



Info Log  
(Italia)

<http://www.infologsrl.it/>



## Contenidos

<i>Apoyo al espíritu emprendedor online.....</i>	<b>5</b>
<b>1. Qué tipo de empresa puedes crear online.....</b>	<b>7</b>
1.1. Tienda online.....	7
1.2. Comercio afiliado..	8
1.3. Traducciones online.....	8
1.4. Especialista SEO.....	9
1.5. Especialista en redes sociales.....	9
1.6. Bloguero profesional.....	10
1.7. Vlogger .....	11
1.8. Vender productos de información.....	11
<b>2. Planificar un negocio online.....</b>	<b>13</b>
2.1. Razones por las que debes redactor un plan de negocio.....	13
2.2. Planifica qué vas a hacer con tu plan.....	16
2.3. Qué longitud debe tener tu plan y cómo redactarlo.....	16
2.4. Qué debería contener un plan de negocio.....	17
<b>3. Cómo financiar tu negocio.....</b>	<b>24</b>
3.1. Recursos financieros personales.....	25
3.2. Bootstrapping .....	26
3.3. Tus padres y amigos.....	28



3.4. Inversores ángeles.....	29
3.5. Capital riesgo.....	31
3.6. Acreedores comerciales.....	31
3.7. Programas de financiación especiales.....	32
3.8. Financiación colectiva.....	32
<b>4. Fundamentos del Marketing SEM.....</b>	<b>33</b>
4.1. Marketing para principiantes.....	33
4.2. ¿Qué es SEM?.....	34
4.3. Cómo funciona una subasta SEM.....	35
4.4. ¿Cómo puedes crear anuncios que destaquen?.....	37
<b>5. Ejemplos de negocios online.....</b>	<b>38</b>
5.1. Bloquero profesional.....	38
5.2. Creación de productos digitales.....	39
5.3. Youtuber.....	41
5.4. Modelo de negocio Amazon FBA.....	42
5.5. Marketing de afiliados.....	44
5.6. Modelo de negocio e-commerce.....	46
<b>Bibliografía.....</b>	<b>47</b>



### *Apoyo al espíritu emprendedor online*

«Internet ha producido más millonarios que ningún otro evento en la historia del mundo y continuará produciendo más millonarios que ninguna otra industria del mundo».

**Bill Gates**

Eres joven, sueñas con ser financieramente independiente, pero no te ves a ti mismo como empleado o sientes que, incluso teniendo un buen salario y menos preocupaciones, no estás satisfecho con tu estilo de vida. Necesitas un cambio y crees que lo mejor para ti sería empezar tu propio negocio. Y como vivimos en la era del internet de banda ancha, donde básicamente todo ocurre en línea, crees que lo mejor que puedes hacer a día de hoy es empezar un negocio online... Ahora, tras haber experimentado el mundo entero la pandemia causada por el COVID-19, muchas compañías se han visto forzadas a crear un componente online. Esta puede ser su oportunidad para sobrevivir.



¿Qué significa para una persona joven tener su propio negocio? Bueno, puede que sea un sueño hecho realidad, tomar tus propias decisiones.

Pero cuando se trata de empezar un negocio, el mayor riesgo es quedarse atascado desde el principio. El espíritu emprendedor se basa en tener el coraje para comenzar, y para ello, uno tiene que alejarse de su zona de confort.

Y como no se puede emprender sin una idea de negocio, vamos a ver dónde puedes encontrar la más adecuada para el tuyo. No se trata de lo que te gustaría hacer, sino de lo que puedes hacer. La primera pregunta a la que deberías responder no es «cómo puedo hacerme rico online», sino:

«¿qué se me da bien?» o «¿qué me gusta hacer?» ¡Convierte ese «algo» en un negocio! ¡Invierte tu tiempo, tu pasión y tu conocimiento!

El lugar en el que tienes que buscar es en tu interior. Seguro que no es fácil; hace falta coraje, determinación, pasión y el deseo de tener éxito.

Lo que tienes que saber es que no debes rendirte si no consigues triunfar al principio. Un estudio realizado por el Grupo CITR muestra que el 92% de aquellos que empiezan un negocio y fracasan, abandonan su espíritu emprendedor. Esa es la salida más fácil, pero acaba con tus sueños, privándolos de cualquier otra posibilidad de éxito.

La perseverancia es la clave, y la historia del emprendimiento es la prueba de ello. Henry Ford se quedó en bancarrota hasta 5 veces antes de hacer historia. Lo mismo le pasó también a Bill Gates. Dejó la universidad de Harvard, inició un negocio que quebró, para después crear el gigante



actual: Microsoft. La historia de Colonel Sanders es más inspiradora si cabe: su receta de pollo, que más tarde hizo famosa a la cadena KFC, fue rechazada por 1009 restaurantes.

Algunas ideas de negocio exitosas surgieron de varias pasiones, muchas de ellas aparentemente insignificantes y aburridas. Esa pasión por cocinar de una ama de casa se ha convertido en un negocio de éxito solo porque todos sus vídeos, en los que cocina y explica apasionadamente cada paso, tienen millones de visualizaciones. Hablaremos de estas nuevas ideas y modelos de negocio más adelante, en el tercer capítulo de la Guía. Sean cuales sean las pasiones que quieras convertir ideas de negocios, a día de hoy no pueden existir sin una exposición online. No importa si estás pensando en vender tus productos exclusivamente a través de una tienda online o en dedicarte a los servicios, los pasos que has de seguir son los mismos.

## 1. Qué tipo de empresa puedes crear online

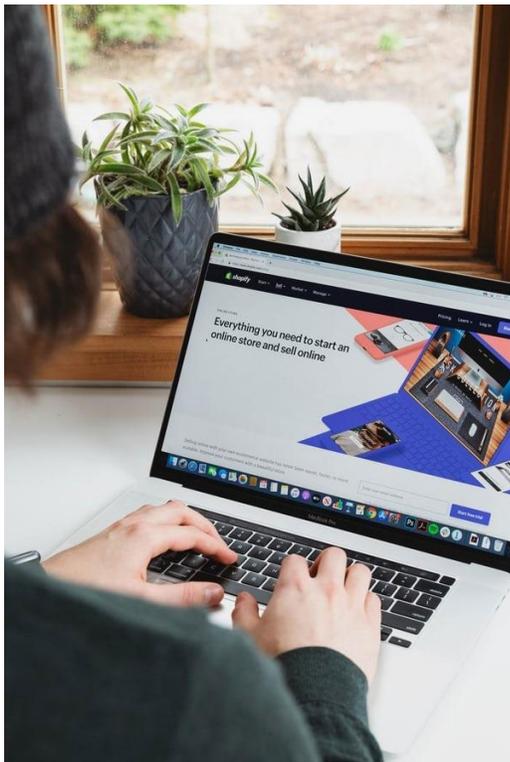
### 1.1. Tienda online

El *e-commerce* es una de las opciones más prácticas que tienes para iniciar tu propio negocio. Todo lo que tienes que hacer es identificar el producto/productos que se demandan, tanto



nacional como internacionalmente. Estos son algunos argumentos a favor de crear una tienda online:

- Un comercio virtual es más rápido y más barato de crear que uno tradicional;



- está **abierto 24/7** y permite a los clientes realizar compras siempre que quieran;

- clientes a nivel nacional e internacional;

- no necesitas mucho personal para atender a tus clientes;

- recoges más datos sobre tus clientes con Google Analytics;

- con la ayuda de una web bien diseñada, un pequeño negocio online puede alcanzar el **tamaño** que puede tener un solo negocio tradicional;

- **no hay limitaciones de espacio** para la exposición de los productos, ya que en el escaparate de una tienda virtual se puede exponer un gran número de productos

que guardan los proveedores;

- **nadie necesita** trasladarse al trabajo, la tienda online es accesible desde casa o desde cualquier otro sitio, ofreciendo así gran flexibilidad;

- puedes beneficiarte rápidamente de las **recomendaciones de los clientes** a través de las redes sociales;



- se puede lograr la lealtad de los clientes a través de cartas de lealtad, con las que podr conseguir ciertos descuentos.

Una herramienta importante es la promoción, que se puede hacer mediante la presentación de productos (bien delimitado y hecho por especialistas), el uso de empaquetado personalizado, bolsas con el logo de la tienda, etc.

### 1.2. Comercio afiliado

Puedes construir tu negocio online al completo promoviendo los productos de otra persona en tu página web y vendiéndolos. Puedes generar ingresos significantes de las comisiones de tus afiliados. Puedes realizar el *e-commerce* directamente en una gran plataforma como Amazon, que te ofrece de antemano toda la infraestructura que necesitas, desde el almacén al embalaje y el envío al cliente.

Aquí están los pasos a seguir y las tarifas que tienes que pagar si quieres iniciar un [negocio en Amazon, aquí.](#)

También puede ser un negocio exitoso vender productos en **e-Bay**. Al igual que con Amazon, primero necesitas identificar un rango de productos y familiarizarte con el modo en que funciona la página.

### 1.3. Traducciones online

El conocimiento de una lengua extranjera puede, al menos, proporcionarte algo de ingresos hasta que decidas si quieres o no convertir eso en un pequeño negocio. Y si manejas lenguas más exóticas, como el japonés, el chino o el danés, las oportunidades de hacer dinero a partir de traducciones online son incluso mayores.



Las compañías de traducción suelen trabajar con colaboradores, así que puedes empezar ofreciendo tus servicios a alguna de estas compañías y decidirás qué encargos aceptas, dependiendo de tu propia disponibilidad y de la cantidad de dinero que quieras ganar.

#### **1.4. Especialista SEO**

Un especialista SEO es una persona que, mediante el uso de distintas técnicas, incrementa el tráfico en una página con el objetivo de incrementar las ventas. Para hacer este trabajo, necesitas tener conocimientos técnicos, así como habilidades comunicativas y conocimiento en marketing online. Un especialista SEO debe analizar e identificar los errores y funcionalidades de una página, implementar técnicas de optimización, desde el uso de palabras clave hasta la generación de contenidos relevantes para un producto o servicio, medir la evolución de tráfico en una página e implementar estrategias de crecimiento continuo.

La optimización SEO es una gran oportunidad para ganar dinero porque casi todas las compañías necesitan estos servicios.

Si no eres un especialista pero, sin embargo, este campo te resulta atractivo y consideras que necesitas conocimiento y habilidades técnicas para un trabajo de este tipo, puedes hacer cursos tradicionales u online con un retorno rápido de la inversión.

#### **1.5. Especialista en redes sociales**

Otro trabajo online es el de especialista en redes sociales, es decir, una persona que gestiona las cuentas de Facebook, Instagram, Pinterest o incluso LinkedIn de varias empresas. El especialista en redes sociales establece una estrategia de contenido relevante para un producto o servicio, escribe los textos, elige y posiblemente edita las fotos, establece campañas de marketing online



e informa de los resultados. Los requisitos necesarios son una mezcla de creatividad y conocimientos técnicos.

El precio de la gestión de una página en las redes sociales comienza en 100 euros al mes y puede llegar a ser muy superior, dependiendo de los servicios solicitados por el cliente y del número de plataformas que se presenten.

### 1.6. Bloguero profesional

Un bloguero profesional es alguien que gana dinero de las publicaciones online, una actividad similar a la realizada por un bloguero «aficionado» que publica simplemente por diversión.

Ahora es más fácil que nunca [crear un blog, y tu blog](#) puede llegar a ser una gran fuente de ingresos (si sabes cómo [hacerlo rentable](#)).

Recuerda que crear un blog y esperar a que el dinero entre en la cuenta no es suficiente. Necesitas crear contenido de forma constante, y ese contenido tiene que educar, informar y entretener a las personas. En otras palabras, tiene que despertar interés de alguna manera.

Además, tienes que vender algo a través del blog. Puede tratarse de espacios publicitarios, productos, posts patrocinados, coaching, e-books, etc.

- [Cómo puedes personalizar WordPress](#)
- [Cómo instalar WordPress Blog en Bluehost](#)
- [Cómo aumentar el tráfico de tu blog](#)

Intentar averiguar de [qué trata tu blog](#) es un proceso complicado si tienes que responder a la pregunta: **¿hay ciertos tipos de blogs que ganan dinero?**



Ciertamente, algunos nichos son más rentables que otros, pero sin duda casi cualquier tipo de blog puede ganar dinero. Y no siempre se debe a la popularidad.

Hay dos tipos de blogs que permiten ganar dinero:

- Contenido permanente (están creados desde hace mucho tiempo y siempre son relevantes). El contenido sobre temas universales es a menudo más competitivo y más seguro para escribir, ya que el interés de las personas en el tema no va a fluctuar, lo cual lo convierte en una manera estable de ganar un ingreso.

Ejemplos de contenido de interés permanente incluyen consejos de salud, de entrenamiento, de crianza de los hijos, ideas de ahorro de dinero, entre otras.

- Contenido de moda. El contenido de moda es un poco más arriesgado pero a veces puede ser más competitivo. Si encuentras un tema que esté de moda con poca competitividad, puedes hacer dinero más rápido. Antes de crear un blog así necesitas investigar qué temas tienen un crecimiento potencial. Cada año, Pinterest realiza un informe de tendencias que te puede ayudar a identificar algunos de los temas de blog más populares para la próxima temporada.

Recuerda que aunque la idea que tienes para tu blog no esté entre estas, eso no quiere decir que no pueda ser rentable.

### 1.7. Vlogger

Como el contenido en vídeo es mucho más atractivo que el contenido escrito, el *vlogging* es una forma más rápida y sencilla que el *blogging* de ganar dinero sin ser contratado. Para montar un vlog, hay que identificar un tema que explotar, tener unos conocimientos mínimos de técnicas de grabación y edición de vídeo y contar con una estrategia de promoción para poder reunir una comunidad lo más amplia posible de personas que te



sigan. El dinero puede venir, sobre todo, de las empresas que quieren anunciarse de diversas formas.

### **1.8. Vender productos de información**

Si eres un experto en tu campo o sabes más que una persona normal sobre un determinado tema o habilidad, entonces podrías desarrollar un negocio que te ayude a obtener ingresos, sin necesidad de tener una tienda online con productos físicos.

Los productos de información son uno de los mayores mercados de negocio online que generan miles de millones de euros de ingresos en todo el mundo. La gente aprende a tocar la guitarra, a hacer jardinería, a tejer, a practicar deportes electrónicos y... mucho más.

Demuestra que eres una autoridad en tu nicho, haz crecer una audiencia, construye confianza con esa audiencia y dales las soluciones que quieren.

La clave más importante aquí es que siempre debes elegir un tema de nicho del que nunca te cansarás de aprender más. La pasión puede ser una herramienta importante, ya que te ayudará a canalizar tu energía para seguir adelante incluso cuando te encuentres con obstáculos en el camino.

Cuando se trata de vender cursos en línea, la gente crea canales de YouTube y páginas web, organiza seminarios web o escribe libros electrónicos para compartir sus conocimientos con otras personas que podrían estar dispuestas a suscribirse o incluso a pagar por lo que quieren aprender.

Sea cual sea este nicho, siempre que tengas las habilidades y un fuerte deseo de seguir aprendiendo, puedes vender estas soluciones como un producto de información.

No se necesitan inversiones importantes para montar este tipo de negocio. Se lanza el blog, se graban los vídeos, se hace publicidad en Facebook y otras redes sociales y se crea una audiencia.



La gente busca información en Internet: 8 de cada 10 personas de los países desarrollados se conectan a Internet para informarse, y 1 de cada 3 habitantes de los países en desarrollo utiliza Internet.

Los estudios demuestran que, mediante un blog, las empresas aumentan el número de visitas del sitio en un 97%.

Otra plataforma que puedes utilizar para compartir la información de tus productos es el Facebook. La media de tiempo que se utiliza Facebook es de 20 minutos por sesión; y desde la pandemia de 2020, la media de tiempo que las personas pasan online ha incrementado notablemente.

## 2. Planificar un negocio online

### 2.1. Razones por las que debes redactar un plan de negocio

Poner en marcha un negocio sin un plan cuidadosamente pensado y sin una planificación es lo mismo que viajar a un destino desconocido sin saber qué camino tomar: será una pérdida de tiempo y de recursos.

Un plan de negocio es un documento que describe con detalle cómo una empresa, normalmente de nueva creación, puede alcanzar sus objetivos. Al mismo





tiempo, se puede elaborar un plan de negocio para una empresa ya operativa que desea desarrollarse en una nueva dirección u obtener financiación bancaria.

Así pues, el plan de negocio es una descripción del futuro de tu negocio, un documento que documenta lo que pretende hacer y cómo pretende hacerlo. Redactar un plan de negocio no consiste en predecir con exactitud el futuro de tu empresa. La revisión periódica te ayuda a identificar los pasos que debes dar para alcanzar tus objetivos.

Para poner en marcha un nuevo negocio, aunque sea online, la creación de este plan requiere un largo proceso de investigación, estudio y reflexión estratégica sobre el tipo de actividad que se quiere montar y la forma en que funcionará y se desarrollará durante un periodo de tiempo de 3 años como mínimo. Por lo tanto, un plan de empresa requiere un plan concebido desde el punto de vista comercial, financiero y operativo.

Un plan de negocio elaborado para una empresa de nueva creación debe basarse en datos estadísticos de otras empresas que operan en el mismo campo de actividad. Debe ser claro, conciso, fácil de seguir y tener objetivos reales y medibles (SMART) que puedan ajustarse y adaptarse constantemente a las nuevas condiciones.

El plan de empresa es una herramienta que explica cómo va a funcionar tu negocio. Hay muchas razones por las que deberías redactar un plan de negocio:

- *Para evaluar todo el potencial de tu negocio. Uno de los usos más valiosos de un plan de negocio es ayudarte a decidir si tu idea de negocio puede realmente cumplir tus sueños. Recuerda que muchas ideas de negocio nunca pasan de la fase de planificación, porque sus fundadores no consiguen desarrollar un plan de negocio coherente y realista. Al*



*desarrollar tu plan de negocio, puedes poner a prueba tu idea con dos variables como mínimo.*

En primer lugar, financieramente, para tener claro que la empresa tiene sentido económicamente.

- ¿Qué inversión inicial requerirá la empresa?
- ¿Cuándo empezará a dar beneficios?
- ¿Cuándo recuperaréis la inversión tú y tus inversionistas potenciales?
- ¿Cuáles son los beneficios que se espera que genere la empresa a largo plazo?
- ¿Serás capaz de hacer frente financieramente a esta actividad al completo?
- ¿Qué tipo de salario o distribución de beneficios esperas recibir?
- ¿Qué posibilidades tiene la empresa de fracasar? ¿Qué ocurrirá si eso pasa?

En segundo lugar, te informarás sobre el estilo de vida que quieres llevar. Dudo que te decantes por un negocio que odias, a pesar de su éxito.

- ¿Dónde vivirás?
- ¿Qué tipo de trabajo harás?
- ¿Cuántas horas al día?
- ¿Podrás tener tiempo de descanso?
- ¿Qué pasa si te pones enfermo?
- ¿Ganarás suficiente para cubrir el estilo de vida que deseas?
- ¿Tu familia entiende y aprueba el sacrificio que estás a punto de hacer?

A menos que puedas responder a estas preguntas, no podrás perfilar el potencial de tu idea de negocio. Ten en cuenta que no hay respuestas incorrectas. La idea es simplemente ayudarte a decidir hasta qué punto el proyecto propuesto se ajusta a tus objetivos vitales.



- *Para que asumas tu responsabilidad;* el plan establece objetivos en todas las áreas principales de la empresa: ventas, gastos, empleo y objetivos de financiación. Una vez fijados, los objetivos se convierten en metas de rendimiento. Si en tu plan escribiste que al final del primer año de funcionamiento tendrías 100 clientes, no debes esperar a que esos clientes te lleguen sin más, sino poner en marcha cualquier recurso que poseas para cumplir este objetivo.
- ✓ *Controlar el progreso del negocio.* Cuando creas un negocio individual, la única herramienta para controlar su progreso es el Plan de Negocios. Es el que te guía para dar los pasos necesarios para alcanzar tus objetivos.
- ✓ *Es una herramienta para reclutar empleados o futuros inversores.* Un plan de negocio cuidadosamente redactado, con objetivos concretos y realistas, será apreciado por los posibles empleados, que desearán poder trabajar contigo. Si son capaces de entenderlo, podrán contribuir a la consecución de las metas que te has marcado.

Redactar el plan de empresa te obliga a revisar todo simultáneamente: el valor del negocio, las hipótesis de marketing, el plan operativo, el plan financiero y el plan de personal. De este modo, podrás identificar una multitud de conexiones que de otro modo habrías ignorado.

## 2.2. Planifica qué vas a hacer con tu plan

Antes de empezar a escribir tu plan de negocio, necesitas responder a la pregunta «¿qué voy a hacer con él?».



Como estaba diciendo, un plan de negocios puede responder a muchos propósitos. Dependiendo del propósito, prestarás más atención a un capítulo u a otro.

- *¿Planeas usarlo para obtener financiación?* En este caso, necesitas centrarte en el resumen ejecutivo, la gestión, la estrategia de marketing y los aspectos financieros.

- *¿Planeas utilizarlo para atraer empleados altamente cualificados?* Entonces tendrás que centrarte en los aspectos que pueden ser importantes para ellos: ubicación, entorno de trabajo, cultura organizativa, salario, oportunidades de crecimiento.

2.3. *¿Piensas utilizarlo para los proveedores con el fin de demostrar que eres un cliente fiable?* Un plan de negocio sólido que pueda convencerles debe destacar la lista de clientes y un calendario de pagos impecable.

#### 2.4. Qué longitud debe tener tu plan y cómo redactarlo

- Hoy en día, los planes de negocio tienden a incluir sólo lo fundamental, con buenas proyecciones y un análisis sólido. Un formato de «fácil lectura» es muy importante hoy en día. Si quieres que la gente lea tu plan de negocio, el mejor consejo que puedes recibir es que sea sencillo. Un plan de negocio no debería tener más de 20-30 páginas de texto y unas 10 páginas adicionales para anexos (gráficos, fotos, dibujos, etc.).

Cuando redactes tu Plan de Negocio, no olvide estos consejos:

- **Empieza escribiendo un plan simple de una página**, puedes redactar el plan de negocio detallado más tarde.
- **No uses frases difíciles, a no ser que tengan sentido.** Las frases cortas son mejores y más fáciles de leer.
- **Utiliza un lenguaje fácil de entender para la audiencia.** Evita las palabras clave, la jerga y los acrónimos, ya que no todo el mundo está familiarizado con ello.



- **Usa diagramas.** Resalta los indicadores empresariales importantes para que sean fáciles de localizar y comprender.
- **Presta atención al aspecto general.**

## 2.5. Qué debería contener un plan de negocio

### A. Resumen ejecutivo.

El resumen debe ir después de la portada y no debe exceder una página. Es muy importante porque muestra al lector lo que realmente está planeando hacer. Hay especialistas que consideran que este resumen sólo debe escribirse después de haber terminado de redactar el plan de negocio.

La clave de los elementos que necesitas incluir en el resumen son los siguientes:

- **Información relevante sobre la empresa:** su forma jurídica, el propietario, su capital social, su dirección, etc.
- **El concepto de negocio.** Descripción del negocio, del producto y del mercado al que servirá: qué vende, a quién vende y las razones por las que este negocio tendrá una ventaja competitiva.
- **Características financieras.** Destacan la información financiera importante del negocio: ventas, beneficios, flujos de caja y rendimiento de las inversiones.
- **Requisitos financieros.** Especifican claramente el capital necesario para poner en marcha el negocio y para ampliarlo. También deben detallar cómo piensan obtener este capital.
- **Logros importantes.** Si la empresa ya está en funcionamiento, detalla cualquier logro de la empresa que sea fundamental para el éxito del negocio.



### *¡Recuerda!*

*Si el resumen es demasiado farragoso, nadie lo leerá porque está muy claro que el negocio, independientemente de sus méritos, no va a ser una buena inversión, ya que pareces indeciso, sin saber realmente lo que quieres.*

## **B. Descripción general del negocio**

La descripción del negocio suele comenzar con una breve descripción del sector en el que se va a desarrollar o se está desarrollando. Al describir el sector, tendrás que analizar tanto la situación actual como las perspectivas de futuro. También deberás incluir información dirigida a los diferentes mercados del sector, como información sobre productos/servicios o tendencias que puedan influir positiva o negativamente en tu negocio.

A la hora de describir el negocio, deberás utilizar una estructura que conste de 4 capítulos principales:

- La oportunidad
- La ejecución
- Una presentación general de la empresa
- El plan financiero

### **I. La oportunidad**

Este capítulo es extremadamente importante en tu plan de negocio porque incluye información sobre el problema que has identificado, la solución que has encontrado, tus clientes y cómo se posiciona tu producto/servicio en el mercado. En este capítulo también escribirás sobre lo que te diferencia de la competencia y cuáles son tus planes de expansión futuros.



### ❖ Descripción del problema

Empezarás el capítulo «Oportunidad» describiendo el problema que puedes resolver para tus clientes. Definir el problema que resuelves para sus clientes es el elemento más crítico de tu plan de negocio y crucial para tu éxito empresarial. Deberías encontrar respuestas a las siguientes preguntas:

- ¿Qué necesitan?
- ¿Cómo resuelven este problema actualmente?
- ¿Las soluciones existentes para este problema son caras o contundentes?

Si no puedes identificar ese problema con el que se enfrentan tus clientes potenciales, es posible que no tengas un concepto de negocio viable.

### ❖ Encontrar la solución

Una vez que el problema ha sido explicado, tendrías que describir la solución que has encontrado en tu plan de negocio. La solución es el producto o servicio que intentas ofrecer a tus clientes. Debes responder a preguntas como:

- ¿Cómo puedo resolver la cuestión concreta a la que se enfrentan mis clientes?
- ¿Cómo puedo ofrecer una solución a esto?
- ¿Mi solución es lo que los clientes esperan?

### ❖ El mercado objetivo.

Independientemente del tipo de negocio que inicies, saber quiénes son tus clientes y estimar su número es muy importante. Si su número no es lo suficientemente grande, tu negocio no podrá tener éxito. Identificarás a sus clientes potenciales mediante un análisis de mercado. En primer lugar, identifica los segmentos de mercado (grupos de personas u otras empresas a las que puedes vender) y determina su tamaño.

***¡Ten cuidado!***





#### ❖ El cliente perfecto

Una vez identificados los segmentos de tu Mercado objetivo, necesitas definir al cliente ideal para cada segment. Para esto puedes utilizar a la «persona compradora» o a la «persona usuaria».

#### ❖ Competencia

Conocer a fondo a la competencia es crucial para tu negocio. Uno de los mayores errores que cometen las empresas de nueva creación en sus planes de negocio es considerar que no tienen competencia. Nada más lejos de la realidad. Tienes que entender que tus competidores no son sólo aquellas empresas que operan en el mismo campo de actividad, sino todas aquellas empresas que luchan por el dinero de tus clientes y ofrecen otro tipo de soluciones.

*Cuando Henry Ford vendió sus coches por primera vez, no había competencia directa de otras fábricas – no había más coches. En cambio, Ford competía con otros medios de transporte: caballos, bicicletas, trenes e incluso caminar. A primera vista puede parecer que no había competencia, pero había alternativas a un mismo problema: viajar.*

En tu plan de empresa debes describir a esta competencia: quiénes son, cuántos son, qué soluciones ofrecen.



## ¿Qué ventajas competitivas tienes respecto a tu competencia?

### II. La ejecución

En este capítulo debes describir el modo en que funcionará tu empresa. Mencionarás los planes, las operaciones de marketing y ventas, la forma en que medirás tu éxito y los pasos clave que darás.

#### ❖ *El plan de marketing y ventas*

En esta sección describirás cómo piensas acercarte al mercado objetivo, cómo piensas vender, tu política de precios, qué tipos de actividades y asociaciones necesitas para que tu empresa tenga éxito.

La declaración de posicionamiento es la primera parte del plan de marketing y ventas. No es necesario que sea demasiado elaborada. Basta con explicar cómo está posicionada su empresa en el panorama competitivo y qué la diferencia de las alternativas que podría considerar un cliente. El precio estará en consonancia con la estrategia de posicionamiento. El precio puede enviar un mensaje muy fuerte de comunicación de posicionamiento a los consumidores. Si ofrece un producto *premium*, el precio comunicará rápidamente este mensaje a los consumidores.

Desarrolle su estrategia de promoción después de haber establecido su posicionamiento y sus precios. Esto debe incluir la forma en que planeas comunicarte con tus clientes potenciales para vender su producto/servicio. Las herramientas de marketing que puedes utilizar para esta comunicación son: la publicidad, el embalaje, las relaciones públicas, las promociones de ventas y las ventas privadas.



### ¡Ten en cuenta!

**El plan de marketing no tiene valor a no ser que realmente entiendas a quién se lo vas a vender**

#### ❖ *Operar*

En esta sección describirás cómo funciona tu negocio: la logística, la tecnología utilizada y otros detalles de este tipo. Dependiendo del tipo de negocio que pongas en marcha, es posible que tengas que describir sólo algunos de los apartados que aparecen a continuación:

- **Suministro.** Si tu empresa vende productos comprados a otros proveedores, es importante incluir detalles sobre el lugar de donde proceden tus productos y la forma en que te los entregan. Si sus proveedores son del extranjero, tendrás que explicar cómo trabajas con ellos.
- **Tecnología.** Si eres una empresa que trabaja en el campo del desarrollo tecnológico, es esencial que expliques en tu plan de negocio la tecnología que produces y cómo funciona. No tienes que revelar secretos comerciales en tu plan de negocio, pero sí tienes que explicar por qué tu tecnología es diferente y mejor que las demás soluciones que ofrece tu competencia. No dudes en incluir información detallada en los apéndices, por si alguien la solicita.

#### ❖ *Distribución*

Si tu empresa se dedica a la comercialización de productos, tu estrategia de distribución conforma una parte importante de tu plan de negocio.



La distribución incluye todo el proceso de transferencia del producto desde el fabricante/comerciante hasta el usuario final. A la hora de decidir qué red de distribución elegir, debes analizar qué canales de distribución utilizan tus competidores. Puedes utilizar los mismos canales u optar por uno alternativo.

La estrategia de distribución que elijas para tu producto/servicio se basará en varios factores que incluyen los canales utilizados por tu competencia, la estrategia de precios y tus propios recursos internos.

### **III. Descripción de la empresa y tu equipo**

En este capítulo, analizarás la estructura de tu empresa y describirás a los miembros clave del equipo. Estos detalles son especialmente importantes para los inversores, porque les interesa saber quién está detrás de la empresa y si son capaces de convertir una idea en un negocio de éxito.

#### *❖ Visión general de la empresa*

El resumen de la empresa será probablemente la sección más breve de tu plan de negocio. No dudes en eliminar esta sección si piensas compartir tu plan de empresa con tus socios y miembros del equipo.

Si tu plan de negocio está destinado a personas ajenas a la empresa, debes incluir en esta sección: la misión de la empresa, la estructura y la propiedad de la empresa, su ubicación, su historia (si la empresa ya está establecida)

#### *❖ Tu equipo*

Si crees que todo lo que se necesita para atraer a un inversor o para que tu empresa tenga éxito es una idea de negocio, estás equivocado. Se dice que los inversores no invierten en ideas sino en



personas. Al tener que elegir entre una combinación de una idea excelente gestionada por un equipo mediocre y una idea mediocre gestionada por un gran equipo, muchos inversores se decantarán por la segunda combinación.

La presentación del equipo en tu plan de negocio demuestra que has considerado cuidadosamente las funciones y las responsabilidades que tendrán en el desarrollo y el crecimiento de tu empresa. No es necesario que tengas un equipo completo en el momento de elaborar tu plan de empresa. Es importante ser consciente de los puestos que necesitas cubrir y mencionar en tu plan que estás buscando a las personas adecuadas.

#### IV. El plan financiero

Este es el último capítulo de tu plan de negocio. Para muchos emprendedores es la parte más difícil, pero existen una multitud de herramientas y recursos ahí fuera que pueden ayudarte a construir un plan financiero sólido.

¿Qué deberías incluir en este plan financiero?

- ❖ La previsión de ventas
- ❖ Tu plan de personal
- ❖ Tu cuenta de beneficios y pérdidas (o P&G)
- ❖ El uso de fondos



### 3. Cómo financiar tu negocio



Empezar y desarrollar un negocio, incluso online, requiere fondos que muchos jóvenes empresarios no tienen y no saben dónde encontrar o cómo acceder a ellos. Una nueva empresa necesita dinero para cubrir los costes de puesta en marcha, y las empresas activas necesitan financiar su crecimiento y su capital circulante. Existe una amplia gama de opciones de financiación, pero hay que tener en cuenta que acceder a ellas depende de numerosos factores.



Por ejemplo, una empresa ya operativa tiene acceso a los préstamos estándar que los bancos tradicionales conceden para el desarrollo empresarial. Para una empresa de nueva creación, tratar de conseguir un préstamo de este tipo puede resultar una misión extremadamente difícil, a veces incluso imposible. Una empresa emergente de alta tecnología con un potencial de crecimiento muy rápido puede tener acceso a inversiones que una empresa estable, pero con un crecimiento lento, no podría obtener.

Por lo tanto, para obtener financiación, hay que adaptar el proceso de búsqueda a las particularidades de la empresa que se quiere crear o desarrollar.

Es importante entender que la búsqueda de financiación sigue siendo una tarea difícil y que para acceder a ella se necesita un plan de negocio cuidadosamente concebido.

En este material te ofrecemos información sobre algunas fuentes de financiación de tu empresa.

### **3.1. Recursos financieros personales**

Si has decidido convertirte en empresario, debes saber desde el principio que para poner en marcha un negocio no solo consumes tiempo y energía, sino que también arriesgas tu dinero o tu



patrimonio. Por eso, la primera fuente de financiación de tu negocio debe ser tu dinero personal. Si confías en el negocio que quieres hacer crecer, ¿por qué no utilizar ese dinero que no te cuesta nada? Si eres reacio a utilizar tu dinero personal porque no confías en tu plan de negocio, ¿por qué molestarte en obtener financiación externa que luego puedas devolver?

Utilizar el dinero personal para lanzar tu negocio tiene una serie de ventajas.

- El dinero personal es la fuente de financiación más barata. Cualquier dinero obtenido de la financiación externa tiene un cierto coste fuera de su valor intrínseco.
- Utilizando dinero personal u obtenido a través de un préstamo personal te ganas la confianza de un posible inversor. Puedes convencerles de que confías en tu plan y de que estás dispuesto a asumir riesgos.
- El dinero personal puede tener otro valor para ti. Lo gastarás con más cuidado y rigor que el dinero obtenido de una financiación externa.

También debes tener en cuenta que si autofinancias tu negocio, estás asumiendo todos los riesgos que conlleva. Si el negocio es un éxito, estás asumiendo todo el mérito y los beneficios, si fracasa pierdes todas las inversiones personales que comprometiste en el proceso.

Cuando recurres a una inversión externa – inversores de riesgo, inversores ángeles - puedes reducir parte de tu riesgo personal, pero sueles renunciar a una parte de tu empresa, con todas las consecuencias que se derivan de ello.

Renunciar al capital social o a un determinado porcentaje de la propiedad significa, por lo general, que compartirás los beneficios con otra persona si tu empresa se amplía con éxito y luego es adquirida. Los inversores de riesgo y los inversores ángeles suelen tratar de invertir solo en



empresas que tienen una estrategia de salida, con el objetivo de obtener un beneficio sustancial de la venta de su negocio.

Esta es una de las razones por las que muchos empresarios se arriesgan a utilizar dinero personal. Si consigues crear una empresa sin inversores externos, acabas siendo el dueño de todo. No tienes inversores como jefes (tienes clientes, pero eso es completamente diferente), puedes tomar tus propias decisiones, estás controlando tu propio destino.

### 3.2. Bootstrapping

El *bootstrapping* se define como «aquella forma de asegurar las fuentes de financiación de una empresa sin recurrir a recursos externos, sino únicamente ahorrando y utilizando los recursos personales, tanto monetarios como cualquier otro recurso personal, de la forma más eficiente posible». Este tipo de financiación puede aplicarse a cualquier tipo de empresa, independientemente de su estructura o fase de desarrollo.

*Bootstrapping* significa:

- utilizar los recursos financieros internos de la manera más eficiente posible;
- ahorrar recursos de forma óptima;
- Ser riguroso tanto con las inversiones como con los gastos.

Si tu negocio está en fase de creación y quieres financiarte mediante el *bootstrapping*, debes tener en cuenta los siguientes consejos:

- **Empieza tu negocio desde casa o desde una oficina virtual.** De este modo, no tendrás que preocuparte de cómo conseguir dinero para pagar el alquiler de una oficina o para el almacenamiento.



- **Céntrate en la funcionalidad.** Si quieres montar una pequeña empresa y comprar un equipo caro, tendrás muchas posibilidades de arruinarte. En esta fase tienes que orientarte hacia la funcionalidad y no hacia la imagen. En los inicios de Apple, Steve Jobs fue famoso por comprar por un precio muy bajo unas puertas viejas y unos soportes de madera con los que hizo oficinas, diciendo que cumplían la misma función que una oficina, pero 10 veces más barata.
- **Utiliza voluntarios y becarios** cuando necesites mano de obra extra. Te sorprenderá descubrir que hay mucha gente dispuesta a ayudarte. Lo único que tienes que hacer es identificar lo que les motiva y, al final, recompensarles adecuadamente.
- **Utiliza Internet de forma inteligente.** Internet te ofrece muchísimas oportunidades de pagar menos por los servicios y productos que necesitas para poner en marcha tu negocio. Solo tienes que buscar.
- **Promociona tu negocio mediante el boca a boca** porque no tienes que pagar nada y esto genera confianza. Lo único que tienes que hacer es hablar con tus amigos o con desconocidos sobre tu negocio y convertirlos en partidarios de tu causa.
- Céntrate en el flujo de caja y no en la rentabilidad.

### 3.3. Tus padres y amigos

Como eres joven y no has tenido tiempo de reunir demasiado dinero, seguramente no tendrás suficiente para poner en marcha tu empresa o desarrollarla. Si no tienes suficiente dinero personal, no has encontrado un inversor ángel, tu empresa no puede optar a fondos de riesgo, los bancos no te financian, ¿qué puedes hacer? Recurras a la familia, a tus amigos, a los conocidos que tienen suficiente dinero para apoyar la inversión inicial. Te conocen muy bien como persona,



conocen tus habilidades y competencias y si tienen fe en ti, en tu plan, seguro que te darán la financiación que necesitas.

Este tipo de financiación es muy popular en todo el mundo por las ventajas que puede ofrecer

- Rapidez. Es más rápido obtener dinero de una persona conocida que de cualquier otra fuente externa.
- Sencillez. Un conocido que te ofrece el dinero en forma de préstamo no te va a pedir tantos documentos oficiales como lo haría una financiera institucionalizada.
- Representa la palanca para obtener otro tipo de financiación. Este tipo de financiación te facilita la puesta en marcha de un negocio que puede ayudarte a obtener una financiación mayor de otro tipo de inversor.

Sin embargo, la financiación recibida de parientes o amigos también puede conllevar escollos para ambas partes:

- A menudo, los familiares y amigos no pueden permitirse perder el dinero que te ofrecen. Cuando recurras a ellos, debes tenerlo en cuenta. Si las personas a las que recurres pueden tener que hipotecar su casa para ayudarte con el préstamo, no deberías dejar que lo hagan.
- Los empresarios tienden a pedir prestado más dinero del que necesitan a sus familiares o amigos, y esto no hace más que cargar el negocio con gastos e inversiones injustificadas.
- Otro error que cometen muchos empresarios que recurren a este tipo de financiación es que no tienen un plan muy preciso para devolver ese dinero. Esta falta de planificación puede provocar la frustración de los inversores y crear tensiones entre ellos y el empresario.



- La mayoría de las inversiones de este tipo se realizan sin ningún documento contractual. Se trata de una trampa clásica, precisamente porque «somos familia» o «somos amigos», la mera mención de un contrato notarial suele considerarse un «insulto» y dicho contrato suele abandonarse.

### **3.4. Inversores ángeles**

Un inversor ángel es una persona que dispone de grandes recursos financieros y que ofrece capital para empresas en fase de creación a cambio de participar como accionista en la empresa o como préstamo convertible. Estos inversores son muy importantes para las pequeñas empresas, que no podrían acceder fácilmente a otro tipo de financiación. A través de esta financiación inicial, contribuyen a la puesta en marcha de la empresa, lo que permitirá posteriormente atraer otras fuentes de financiación mayores. Por ello, este tipo de financiación también se denomina financiación inicial.

Así pues, un inversor ángel se involucrará tanto en negocios que aún no han sido lanzados al mercado, como en negocios incipientes que necesitan financiación para poder crecer. Aunque los campos de actividad en los que intervienen están diversificados, prefieren invertir en empresas que puedan ofrecer un alto rendimiento para cubrir la elevada tasa de riesgo. Sus objetivos preferidos son aquellas empresas en campos de servicios que no requieran grandes fondos, que tengan también un componente tecnológico (informática, comunicaciones) y que ofrezcan una buena salida en el futuro.

Las ventajas que tienes si te haces socio de un inversor ángel son:

- no necesitas un aval para conseguir la financiación;



- pueden proporcionarte un apoyo directo y personal en el desarrollo de tu estrategia, en la fijación y persecución de tus objetivos;
- pueden asegurar contratos útiles gracias a su reputación en el mundo de los negocios;
- pueden encontrar mayores fuentes de refinanciación si la empresa lo necesita;
- pueden encontrar fuentes de salida con un muy buen rendimiento tanto para ellos como para el empresario.

Qué es lo que aprecia un inversor ángel:

- La experiencia del emprendedor y sus logros anteriores en el sector en el que quieren invertir;
- la reputación del empresario y su ética, ya que se espera una confianza total entre los dos
- la asunción incondicional por parte del contratante de una parte del riesgo en el respectivo proyecto

Los inversores ángeles son mucho más numerosos que los inversores de riesgo y suelen estar mucho más disponibles para las empresas de nueva creación o para los nuevos negocios.

Aunque la inversión ángel es similar a la inversión de riesgo, existen importantes diferencias entre ellas:

- Los inversores ángeles son individuos o grupos que invierten su propio dinero.
- Los inversores ángeles prefieren invertir en la fase de lanzamiento, mientras que los inversores de riesgo suelen esperar unos años de crecimiento.

### **3.5. Capital riesgo**

El capital riesgo es un medio de financiación generalmente utilizado para apoyar a las empresas y a las pequeñas empresas con un potencial de crecimiento muy elevado. Sus recursos financieros



pueden proceder de diversas fuentes: fondos de pensiones privados y públicos, fondos de dotación, fundaciones, empresas y personas ricas de todo el mundo. Sus gestores son empresarios que invierten fondos ajenos, con la responsabilidad profesional de reducir los riesgos al máximo. Las empresas susceptibles de obtener financiación de los inversores de riesgo son las que operan en ámbitos como comunicaciones, multimedia, biotecnología, etc.

Lo que hay que saber sobre los inversores de riesgo:

- No invierten en empresas de nueva creación a menos que exista una combinación ideal de oportunidades de producto - oportunidad de mercado - experiencia de gestión.
- Buscan empresas que crean que pueden crecer significativamente en pocos años. Son conscientes de que no todas las empresas en las que invierten serán rentables y por eso las ganadoras tendrán que cubrir las pérdidas.
- Se centran en nuevos productos y mercados en los que se espera que las ventas crezcan exponencialmente en un corto periodo de tiempo. Sólo intentan trabajar con equipos que hayan tratado con *startups* de éxito en el pasado.

Si has pensado en conseguir este tipo de financiación para lanzar tu negocio, debes saber que es una misión increíblemente difícil. De hecho, menos del 1% de las empresas que se lanzan cada año obtienen una financiación de riesgo.

### **3.6. Acreedores comerciales**

Los bancos están menos dispuestos a invertir o prestar dinero para crear una empresa. Sin embargo, son la fuente de financiación más probable para las pequeñas empresas. Un negocio que lleva varios años en el mercado puede generar suficiente estabilidad y activos que sirvan de garantía. Por lo general, los bancos pueden dar préstamos a las pequeñas empresas basándose



en el inventario o en las cuentas por cobrar. En función de estos dos elementos, que se basan en una fórmula, el banco determina cuánto le puede prestar la empresa.

Una gran parte de las pequeñas empresas se financian con préstamos bancarios basados en la garantía personal del empresario (bienes inmuebles). Así, los fondos propios se convierten en la fuente de financiación más importante para las pequeñas empresas.

### **3.7. Programas de financiación especiales**

A nivel europeo o en cada Estado miembro existen programas de financiación no reembolsable para empresas de nueva creación o incluso para empresas que planean desarrollarse. Un programa de este tipo puede ser una gran oportunidad para financiar tu negocio.

La obtención de este tipo de financiación requiere una selección de planes de negocio a la que se adhieren muchos empresarios. Cualquiera preferiría una financiación no reembolsable, sobre todo si se trata de una empresa nueva, y por eso debes ser consciente de que conseguir ese dinero no es nada fácil.

Qué hacer para acceder a los fondos de un programa de este tipo:

- Infórmate sobre los programas existentes y selecciona la opción adecuada para tu empresa;
- estudia los criterios de elegibilidad, la documentación que debes preparar, el plazo de solicitud, las condiciones para la financiación y la evaluación del proyecto;
- redacta la documentación requerida y presenta el proyecto.

### **3.8. Financiación colectiva**

La financiación colectiva (*crowdfunding*) es un método de financiación empresarial que está de moda y que consiste en convencer a la gente de que invierta en tu empresa a través de una asociación. Este método se realiza generalmente en línea y ha ayudado a financiar muchas



empresas de nueva creación. Ha demostrado ser una plataforma favorable para los jóvenes empresarios que carecen de recursos financieros.

Evita caer en la trampa de creer que este método es una varita mágica, un nido de huevos de oro que puede convertir tu sueño en realidad. Para conseguir financiación necesitas tener un plan de negocio sólido capaz de convencer a la gente de que invierta en tu idea de negocio.

Si tienes una idea de negocio que consideras exitosa y quieres ver cuánto capital y cuánta atención genera en el entorno online, empieza por desarrollar primero tu plan de negocio.

## 4. Fundamentos del Marketing SEM

### IV.1. Marketing para principiantes

La Asociación Americana de Marketing (AMA) define el marketing como «una función y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes y para gestionar las relaciones con los clientes de forma que beneficien a la organización y a sus partes interesadas».

En general, el marketing es «la ciencia y el arte de convencer a los clientes para que compren».



La gente pasa cada vez más tiempo en Internet, por lo que la forma de comprar ha cambiado: el marketing tradicional ya no es tan eficaz como hace unos años.



El marketing siempre ha consistido en conectar con el público en el lugar y el momento adecuados. Hoy en día, esto significa que tenemos que conectar con nuestro público objetivo exactamente donde pasan su tiempo: online.

El marketing en motores de búsqueda (SEM) puede ofrecer muchas oportunidades para promocionar un servicio o un producto. La publicidad tradicional transmite un mensaje a todo el mundo, pero el marketing en motores de búsqueda se dirige a un grupo muy específico de personas: los usuarios que buscan activamente determinados productos y servicios. Puedes utilizar la publicidad online para dirigirte directamente a los futuros clientes.

#### **IV.2. What is SEM?**

**SEM** es el acrónimo en inglés de **Search Engine Marketing (Marketing en Motores de Búsqueda)** o marketing por internet. El SEM es en realidad una técnica de marketing que coloca anuncios en las páginas de resultados de los motores de búsqueda basándose en las palabras clave utilizadas por los usuarios en línea cuando buscan información diversa.

En los medios de comunicación tradicionales, si su anuncio aparece en algún sitio, tiene que pagar por él, aunque ninguno de los que lo vean esté interesado en ese tipo concreto de productos o servicios que ofrece su empresa. A diferencia del marketing tradicional, el marketing en motores de búsqueda se dirige a personas interesadas en productos similares a los tuyos.

El SEM te permite utilizar el espacio publicitario cuando la gente busca palabras clave específicas que son relevantes para tu negocio.

El SEM es una forma eficaz de publicidad en línea, porque los usuarios que buscan información a través de los motores de búsqueda declaran realmente su interés por lo que buscan (para informarse o incluso para comprar). Esto permite a las empresas pujar por las palabras clave que



componen estas búsquedas, para mostrar un mensaje relevante para el interés expresado por los usuarios.

Utilizado correctamente, el SEM es una forma eficaz de captar visitas para el sitio web y convertirlas en compradores potenciales, dándote la oportunidad de llegar a estos clientes potenciales sin invertir grandes sumas de dinero en marketing para generar notoriedad para tu marca. Contando con la recuperación de la inversión publicitaria (ROAS).

El pago sólo en caso de clic en tu anuncio es específico para el SEM. Si tu anuncio aparece pero nadie hace clic en él, no se te cobrará. Este tipo de publicidad se denomina **publicidad de pago por clic**.

Un aspecto importante de la [optimización de motores de búsqueda](#) es que ayuda tanto a los usuarios como a los motores de búsqueda a comprender en detalle el contenido de su página y la forma en que sus páginas pueden ser útiles para los usuarios. Por eso es muy importante conocer a sus clientes potenciales y tratar de ofrecerles contenido relevante a través de su sitio web.

### IV.3. ¿Cómo funciona una subasta SEM?

Cuando las empresas compiten por mostrar anuncios en la misma página que los resultados de búsqueda, los motores de búsqueda utilizan la subasta para determinar qué anuncios se mostrarán y en qué orden. Llevar a cabo una campaña de marketing centrada en el SEM requiere un estudio de mercado previo, la elección





de las palabras clave adecuadas y la redacción de un mensaje breve, preciso pero convincente.

Cada sistema SEM funciona en base a una **subasta**. Si has decidido entrar en una subasta de este tipo, debes tener en cuenta otros factores, además del precio.

La página de resultados contiene listados orgánicos, es decir, listados gratuitos y anuncios de pago. Los motores de búsqueda pueden limitar el espacio para los anuncios de pago que pueden aparecer en una página. Los anunciantes entran en competición (subasta) por esos **puestos**. Los anuncios ganadores aparecen en los mejores lugares, en la página de resultados, los de arriba.

¿Cómo funciona esta subasta? Obviamente, como cualquier otra subasta. Haces una oferta (una **puja**) que determina su rendimiento. Pero no todo es la puja. La relevancia de tu anuncio también es importante. ***Una puja se gana cuando tienes una oferta competitiva y una mayor relevancia.***

Las pujas de los competidores pueden cambiar en cualquier momento, por lo que es muy importante hacer un seguimiento para obtener resultados óptimos. La **relevancia** se mide en una escala del 1 al 10 y viene dada por la **coincidencia entre tu anuncio y las búsquedas de la gente**. Así, cada anuncio recibe una puntuación de calidad del motor de búsqueda, basada en la relevancia.

Cuando dos competidores tienen la misma oferta, el que tiene la puntuación de calidad más alta tiene prioridad. Las campañas SEM deben revisarse constantemente para encontrar nuevas formas de ser relevantes.

El precio que estés dispuesto a pagar por clic (cpc máximo) y la puntuación de calidad determinarán el rendimiento de la subasta. La relevancia es lo primero. Incluso con una puja alta, si la puntuación de relevancia es baja, tu anuncio podría no mostrarse en absoluto. En la



publicidad, es esencial que los términos que se buscan coincidan con los de la gente. De este modo, podrá obtener mejores posiciones en los anuncios sin coste adicional.

El marketing online se basa en **palabras clave/frases**. Sin conocer el valor que aportan estas palabras clave al negocio no se puede saber si se está haciendo una buena inversión o no.

Pero, ¿cómo saber el valor de las palabras clave antes de iniciar la campaña? En primer lugar, las palabras clave deben ser relevantes, deben describir fielmente la actividad/servicios de tu negocio. Una buena guía es la cantidad de tráfico que puede obtener una palabra clave. También existen herramientas de análisis y estimación del tráfico por palabra clave. Pero al final hay que determinar, mediante sucesivos intentos, qué palabras son las más adecuadas.

El **ranking de anuncios** (el factor que dicta la puntuación de una subasta) se calcula como un producto entre la puja y la relevancia.

Puedes ver dónde se muestran tus anuncios en la página de resultados de búsqueda de Google, si compruebas [los valores de visualización en la primera posición o en las primeras posiciones](#).

#### 4.4. ¿Cómo puedes crear anuncios que destaquen?

Cuando realizas una búsqueda en Internet, muchos de los anuncios que aparecen en la página de resultados son muy similares. Es muy fácil que tu anuncio se pierda en ese contexto. Es hora de crear algo único que te diferencie de tu competencia.

Aquí tienes algunos consejos:

- **Haz hincapié en la relevancia.** Escribe el título de tu anuncio de manera que coincida con las búsquedas de la gente. Busca palabras clave relevantes y utilízalas en tu anuncio.



- **Haz que tu oferta destaque.** Puedes hacerlo añadiendo en la primera línea algo que atraiga la atención del cliente (por ejemplo, un descuento del 25% en la primera compra en su sitio web).
- Quieres que tu anuncio contenga una **llamada a la acción** (estudios psicológicos demuestran que la gente reacciona positivamente ante este tipo de llamadas a la acción específicas). Ejemplo: «¡Compra ahora!», «¡Reserva ahora!» o incluso mejor: «Visite nuestra tienda online», etc. Esta llamada debe aparecer en la segunda línea.

### ¡Ten en cuenta!

Crea un título que coincide con las búsquedas  
Incluye una oferta especial  
Escribe una llamada a la acción convincente  
Escribir anuncios efectivos es un proceso, así como  
la búsqueda de palabras clave o el control de precio de  
las subastas



## 5. Ejemplos de negocios online

Una vez hayas tomado una decisión sobre tu estilo de vida y la razón por la cual te gustaría empezar un negocio online, llega la hora de analizar algunos modelos de empresas de este tipo para poder así decidir cuál encaja mejor contigo.

### 5.1. Bloguero profesional

- **Curva de aprendizaje:** baja
- **Intervalo de beneficios:** 6 meses
- **Ingresos potenciales:** + 8.400 euros anual
- **Coste de lanzamiento:** + 84 euros
- **Tiempo requerido:** bajo
- **Pasivo:** No

Tus ingresos pueden proceder de varias fuentes, como la promoción de productos y servicios de otras empresas, la venta de espacios publicitarios o incluso la creación y venta de tus propios productos digitales.

Lo más importante de ser un bloguero profesional es que se necesita muy poca inversión para empezar: se necesita un ordenador, conexión a Internet, un sitio web (gratuito o de pago) y la capacidad de escribir de forma atractiva. Además, puedes dirigir este tipo de negocio desde cualquier parte del mundo, que es exactamente lo que hacen muchos «nómadas digitales».

Tu potencial de ingresos como bloguero es casi ilimitado, pero lleva tiempo crear tu audiencia e ingresos. Dicho esto, los blogueros profesionales más prolíficos ganan entre 8.400 y 84.000 euros al mes.



## 5.2. Creación de productos digitales

- **Curva de aprendizaje:** normal
- **Intervalo de beneficios:** 3 meses
- **Ingresos potenciales:** + 840.500 euros anual
- **Coste de lanzamiento:** + 420 euros
- **Tiempo requerido:** alto
- **Pasivo:** Sí



La creación de productos digitales es el proceso de creación de productos no físicos que los clientes pueden descargar de tu página.

Durante muchos años, el único tipo de producto digital que se vendía en línea era el libro electrónico, pero ahora los productos digitales pueden incluir tutoriales en vídeo, software, aplicaciones para teléfonos inteligentes, plantillas digitales, libros Kindle, tutoriales de audio, fotos de archivo, pistas de audio de archivo o cualquier otro tipo de contenido que pueda producirse en formato digital. Estos tipos de productos pueden crearse rápidamente y a un coste muy bajo.

Los productos digitales pueden crear flujos de ingresos pasivos para cualquier empresario digital en ciernes, con un potencial de ingresos casi ilimitado. Eso ocurre si ha creado el producto adecuado para el mercado adecuado.



Los productos digitales te permiten resolver los problemas de otras personas desde la comodidad de tu casa, y éstas reciben respuesta a sus requerimientos casi de inmediato y en un formato que pueden utilizar en el ordenador de su casa o incluso en su móvil.

El primer paso para crear un producto digital de éxito es investigar el mercado por adelantado. Una vez que hayas establecido que existe un mercado para tu producto, tienes que crearlo. Esto puede ser tan sencillo como agregar información en Microsoft Word y luego compilarla como un archivo PDF, o podría significar entrevistar a varios expertos sobre un tema en particular y luego montarlo como un producto de audio.

Céntrate en la calidad más que en la cantidad, y ten siempre presente el objetivo de responder a las preguntas más candentes del momento.

Cuando el producto digital esté listo, tienes la opción de venderlo directamente desde tu propio sitio web o utilizar un mercado digital como ClickBank o Udemy.

Hay pros y contras para cada uno de ellos, pero los principiantes en la comercialización de productos digitales pueden simplificar el proceso mediante el uso de una empresa como ClickBank, u otro mercado digital.

Ellos hacen todo el trabajo duro por ti, y eso puede ahorrar mucho dinero en los primeros días de tu negocio de productos digitales.

Udemy está especialmente diseñado para aquellos interesados en crear tutoriales en vídeo.

### 5.3. Youtuber

- **Curva de aprendizaje:** baja
- **Intervalo de beneficios:** 1 mes



- **Ingresos potenciales:** + 840 euros mensual
- **Coste de lanzamiento:** 0 euros
- **Tiempo requerido:** normal
- **Pasivo:** No

El Programa de Socios de YouTube te permite grabar vídeos, subirlos a YouTube y cobrar cuando la gente los vea.

Todo lo que necesitas es un móvil o un portátil y una cámara web para empezar. Puedes empezar a ganar dinero casi al instante y no tendrás que preocuparte de crear una página web ni de crear una lista de clientes.

YouTube paga a sus mejores creadores de vídeo millones de euros cada año, así que sin duda podrías probar esta actividad si eres capaz de crear contenido interesante.

No todos los vídeos de YouTube que veas en Internet te reportarán este tipo de ganancias. Las personas que ganan mucho dinero se han dedicado a hacer vídeos que despiertan interés y generan acciones en las redes sociales. En la industria de la música se dan estos casos en los que una persona publica un vídeo en Internet y el número de visualizaciones simplemente se dispara.

Los anuncios aparecen en YouTube antes de que el vídeo comience o termine, con un tiempo mínimo de visualización para los que quieren ver un vídeo.

Los patrocinadores financian a YouTube para que muestre sus anuncios, y cada vez que se hace clic en un anuncio de YouTube, se le paga. Cuando te unes al Programa de Colaboración de YouTube recibirás parte de este dinero, aproximadamente el 55%. Esto significa que puedes empezar a ganar dinero de inmediato.



También puedes ganar dinero a través del marketing de afiliación, lo que significa que puedes reseñar productos y compartirlos con otros a través de tus vídeos.

Hay miles de personas en todo el mundo que quieren ver cómo funciona un producto antes de comprarlo. Puedes aprovechar esto creando un vídeo que muestre cómo funciona ese producto. Esta es una de las formas más sencillas de iniciarse en este campo y puede generar incluso mayores ingresos. Sólo tienes que encontrar un producto que te guste y hablar de él; mostrar a la gente lo que te gusta y lo que no te gusta del producto y si lo recomendarías o no.

En tu vídeo aparecerán anuncios en los que la gente puede hacer clic para obtener más información sobre ese producto, y tú aumentarás tus ingresos cuando la gente haga clic en ellos.

Cuanto más vídeos produzcas, más probable será que uno de ellos se convierta en viral. Se necesita un trabajo sostenido: muchos de los ricos de hoy en día han construido sus empresas gracias a una dedicación sostenida, mientras que pocos se han hecho millonarios de la noche a la mañana.

#### 5.4. Modelo de negocio Amazon FBA

- **Curva de aprendizaje:** normal
- **Intervalo de beneficios:** 4 meses
- **Ingresos potenciales:** + 8.400 euros mensual
- **Coste de lanzamiento:** + 840 euros
- **Tiempo requerido:** normal
- **Pasivo:** No



El modelo de negocio Amazon FBA (*Fulfillment by Amazon*) es aquel con el que puedes tener tu propia gama de productos presentados en Amazon, que se ocupa del embalaje, el transporte y los servicios para cada artículo que vendes.

Puedes optar por enviar un pequeño número de productos que hayas comprado localmente con un descuento en Amazon o puedes optar por utilizar una fábrica en el extranjero para que haga una serie de productos para ti. Los pedidos de tus clientes son atendidos por Amazon.

En lugar de tener que crear tu propio sitio web de comercio electrónico para vender estos productos, puedes utilizar el poder de venta de Amazon porque es más probable que la gente compre a una empresa online que conoce y en la que confía.

Cuando diriges un negocio FBA, vendse productos físicos que se entregan a tus clientes, lo cual es un modelo de negocio muy diferente al marketing de asociados de Amazon o a la creación de sitios web de AdSense, por ejemplo.

Este modelo de negocio es ideal para cualquier persona que quiera un negocio más práctico, que pueda expandirse para generar millones de euros cada año, mientras construyes tu nueva marca.

A continuación, algunos consejos para sacar el máximo partido a tu negocio FBA:

- Crea una tienda especializada para un solo tipo de producto, como juguetes, productos electrónicos u otros artículos. No crees una tienda con una gama diversa de artículos.
- Si tienes productos fabricados en el extranjero, el truco consiste en analizar lo que ya se vende y satisfacer esa demanda.



- Los productos únicos se venden mucho más rápido y en mayor volumen que los productos que puedes encontrar en una tienda local o en cualquier otra tienda online.
- Realiza un estudio de mercado cuando se te ocurran ideas para tus propios productos. Si no existe ya, probablemente sea porque no hay demanda, porque has creado algo completamente nuevo o porque alguien ya lo ha intentado y ha fracasado en ese mercado.
- Pide muestras a varios fabricantes, hasta que encuentres uno que te ofrezca exactamente el producto en el que has pensado.
- Lleva un 10% más de existencias de las que creas que vas a necesitar para cubrir los retrasos en los envíos internacionales.
- Céntrate en la promoción de tu producto en cuanto su listado esté activo, y Amazon hará todo el trabajo de ventas por ti.

### 5.5. Marketing de afiliados

- **Curva de aprendizaje:** baja
- **Intervalo de beneficios:** 3 meses Amazon/ 1+ otros tipos
- **Ingresos potenciales:** + 8.400 euros mensual
- **Coste de lanzamiento:** + 84 euros
- **Tiempo requerido:** bajo (Amazon)/ normal otros tipos
- **Pasivo:** Sí

El marketing de afiliados es básicamente el proceso de ganar una comisión promocionando el producto de otra persona.



Hay dos formas principales de hacer marketing de afiliados:

- **Productos informativos.** Promover productos como libros electrónicos, páginas de membresía, series de videos, etc. Este tipo de marketing de afiliados puede reportarte una comisión de hasta el 50%, tiene unas barreras de adhesión relativamente bajas y es fácil encontrar productos para promocionar.
- **Socios de Amazon.** Hay millones de productos para elegir y puede ser un negocio bastante rentable. Para más información, consulta el [Programa de Asociados de Amazon](#) .

Antes de dedicarte al marketing de afiliados, es conveniente adquirir los conocimientos mínimos de SEO y redacción ([guía para principiantes de SEO](#) )

El programa de afiliados de Amazon es una plataforma de marketing de afiliados diseñada para los editores en línea que buscan formas de generar ingresos con sus páginas web.

Al unirse al programa de asociados de Amazon, se te ofrece un conjunto de herramientas que te permiten crear enlaces a cualquier producto en Amazon. Cuando los visitantes de su página web hacen clic en los enlaces, son enviados directamente a Amazon y, si realizan una compra, tú ganas una comisión.

Necesitas una página web activa para solicitar ser un Asociado de Amazon y hay un proceso de aprobación por lo que tu aceptación no está garantizada desde el principio.

Construir un negocio de marketing de asociados de Amazon requiere muy poca experiencia técnica y puede generar cantidades sustanciales de dinero.

Al igual que ocurre con otros modelos de marketing de afiliados, la mayor parte del trabajo que implica la creación de un sitio web de afiliados de Amazon puede subcontratarse, por lo que



todo lo que se necesita es una buena idea y disponibilidad para averiguar cómo funciona este tipo de negocio en línea.

Como socio de Amazon, puedes conectarte a cualquier producto que aparezca en Amazon y ganar una comisión (tasa de envío) de entre el 4% y el 8%, dependiendo del tipo de productos que promociones.

Cada comisión ganada se añade al saldo de tu cuenta, que se te paga cada 90 días, ya sea por cheque o depositando directamente el dinero en tu cuenta bancaria.

## 5.6. Modelo de negocio e-commerce

**Experiencia requerida:** Normal

**Coste de lanzamiento:** Normal (+ 1.200 euros)

**Coste de mantenimiento:** normal

**Tiempo invertido:** normal

**Rentabilidad:** Media (posible pasivo)

Este modelo de negocio online se basa en la venta de una de estas tres categorías:

- **Productos físicos:** ropa, zapatos, libros, equipos eléctricos y cualquier otra cosa que se pueda tocar físicamente.
- **Productos digitales:** software, libros electrónicos, música digital, educación y formación digital...



- **Dropshipping:** es una forma de comercio electrónico cada vez más popular que suele implicar la venta de productos físicos, pero de los que nunca se tiene SEO o no se tiene que cumplir el pedido.

El *dropshipping*, al igual que el marketing de afiliados, hace que cada vez sea más difícil tener éxito debido a la alta competencia y a la saturación del mercado. Pero sigue siendo una opción popular porque los costes de puesta en marcha (tanto de dinero como de tiempo) son bajos en comparación con las otras dos opciones. Al no ser propietario de las acciones, hay menos riesgos y costes.

## Bibliography

1. <https://articles.bplans.com/how-to-write-a-business-plan/>
2. <https://articles.bplans.com/reasons-business-plans-are-important/>
3. <https://entreprenoria.com/category/startups/business-plans/>
4. <https://www.entrepreneur.com/article/247575>
5. <https://www.entrepreneur.com/article/38308>
6. <https://www.entrepreneur.com/article/312935>
7. <https://www.plandefacere.ro/cum-sa/cum-sa-finantezi-o-afacere/>
8. <https://www.plandefacere.ro/cum-sa/cum-sa-scrii-un-plan-de-afacere/diferentele-dintre-un-model-de-afacere-si-un-plan-de-afacere/>
9. <https://www.servhost.ro/finantare-afacere/>
10. <https://www.smartbill.ro/blog/ingerii-investitori/>



11. <https://www.startupcafe.ro/marketing/sem-search-engine-marketing.htm>
12. <https://learndigital.withgoogle.com/atelieruldigital/course/digital-marketing/lesson/55#!#%2F>
13. <https://support.google.com/google-ads/answer/1722122?hl=ro>
14. <https://support.google.com/google-ads/answer/2404196>
15. [https://media.rs.ro/filemanagerraport/IdeideAfaceri/Raport\\_ideideafaceri.pdf](https://media.rs.ro/filemanagerraport/IdeideAfaceri/Raport_ideideafaceri.pdf)
16. <https://www.servhost.ro/afacere-online/>
17. <https://www.servhost.ro/idei-de-afaceri/>
18. <https://laurahurubaru.com/wp-content/uploads/2019/11/Signature-Quest-Guide-Strategy-Call.pdf>
19. <https://afaceri.net/idei-afaceri/>
20. <https://websitesetup.org/online-business-ideas/>
21. <https://pickandkeep.com/idei-de-bloguri-profitabile/>
22. <https://www.dananicoledesigns.com/types-of-blogs-that-make-money/>
23. <https://transferwise.com/ro/blog/idei-de-afaceri-online#4-magazin-online>
24. <https://transferwise.com/ro/blog/idei-de-afaceri-online#2-cont-pe-platforme-de-freelancing>

Images:

25. <https://unsplash.com/s>
26. <https://pixabay.com/>