

A smiling man with a beard and a black hat, wearing a grey t-shirt and a black leather apron with a brown pocket, leans on a wooden counter. He has a tattoo on his left arm. The background is a blurred workshop or kitchen setting. The text is overlaid on the right side of the image.

COMO DESARROLLAR SU NEGOCIO EN LA CIUDAD DE NUEVA YORK

► Una guía para
los empresarios
inmigrantes

► **Estimados amigos:**

La Ciudad de Nueva York fue construida por personas como usted. Somos líderes a nivel mundial gracias a nuestros empresarios inmigrantes. Esta guía le ayudará a poner en marcha su negocio, alcanzar el éxito y dejar su huella en nuestra ciudad.

La mitad de los propietarios de negocios está compuesta por inmigrantes, quienes están desarrollando negocios prósperos de todo tipo. Es por eso que, como su alcalde, deseo hacer todo lo que esté a mi alcance para

apoyarlos con su trabajo. A través del NYC Department of Small Business Services, ofrecemos servicios gratuitos en los seis idiomas extranjeros principales para ayudarle a iniciar, operar y aumentar el tamaño de sus negocios. Esta guía representa otra de las formas en que podemos ayudar. Le guiará paso a paso por el proceso de inicio de un negocio.

En nombre de los 8.5 millones de neoyorquinos, quiero desearle la mejor de las suertes.

Atentamente.



Bill de Blasio

Alcalde

► **Estimados ciudadanos neoyorquinos:**

Durante mi infancia en Granada, mi abuela mantenía a nuestra familia vendiendo leche y productos agrícolas en el mercado local. Desde muy pequeño, presencié de primera mano cómo la propiedad de un negocio podía fortalecer a una familia por generaciones. Esta experiencia personal es fundamental en mi visión para el NYC Department of Small Business Services.

Como inmigrante y residente de una ciudad en crecimiento, donde la mitad de los pequeños negocios son propiedad de empresarios inmigrantes, sé que es esencial ayudar a todos nuestros empresarios. Mi equipo y yo hemos lanzado una iniciativa de difusión sin precedentes hacia las diversas comunidades que conforman la estructura dinámica de nuestra ciudad.

A través de nuestra Iniciativa de Negocios para Inmigrantes (Immigrant Business Initiative), hemos extendido nuestro alcance al trabajando con socios en el terreno para ofrecer asesoramiento personal y difusión

en la comunidad en los seis idiomas principales. Estamos conectando a los inmigrantes con la gran cantidad de servicios ofrecidos en nuestras siete sucursales de NYC Business Solutions Center ubicadas en cada distrito municipal. Nuestros cursos gratuitos sobre temas como créditos, mercadeo, asistencia jurídica e iniciativa empresarial, ya se están ofreciendo en español, chino, criollo haitiano, ruso, coreano y bengalí. Esta guía es el siguiente paso para garantizar que todos nuestros propietarios de negocios puedan acceder fácilmente a nuestros servicios.

El alcalde Bill de Blasio ha encomendado a los organismos de la ciudad una tarea particular: combatir la desigualdad y construir una ciudad donde todos tengan la oportunidad de crecer juntos. En el NYC Department of Small Business Services, estamos comprometidos a develar el potencial económico y a crear seguridad económica para todos los neoyorquinos.

Atentamente.



Gregg Bishop

Comisionado

NYC Department of Small Business Services

COMPROMISO DE LA CIUDAD DE NUEVA YORK CON LOS INMIGRANTES

La Ciudad de Nueva York ayuda a los inmigrantes neoyorquinos a llevar vidas más estables, seguras y exitosas en nuestra ciudad. El NYC Department of Small Business Services (SBS) ofrece servicios y recursos destinados a los empresarios inmigrantes. Esta guía es uno de esos recursos. Obtenga más información sobre los servicios del SBS para empresarios inmigrantes en nyc.gov/immigrantbusinesses.

ÍNDICE

▶ QUÉ INCLUYE ESTA GUÍA

Esta guía ofrece orientación y recursos para los empresarios inmigrantes de la Ciudad de Nueva York. Su contenido y sus ejercicios pueden ayudar a los lectores a planificar, poner en marcha y desarrollar un negocio. Incluye recursos adicionales en cada sección y un apéndice de materiales al final. De acuerdo con sus necesidades, los lectores podrán revisar la guía en su totalidad o por sección.

01

ANTES DE EMPEZAR

07/ Conozca sus derechos

02

PREPARATIVOS PARA SER UN PROPIETARIO DE NEGOCIOS

- 11/ Evalúe cuán preparado está
- 13/ Desarrolle su concepto de negocios
- 17/ Administre sus finanzas personales

03

PREPARATIVOS PARA PONER EN MARCHA SU NEGOCIO

- 22/ Administración financiera del negocio
- 27/ Estructurar su negocio
- 33/ Cómo atender los asuntos gubernamentales: Permisos y licencias

04

PLANIFICANDO EL CRECIMIENTO DEL NEGOCIO

- 37/ Mercadeo
- 46/ Tecnología
- 49/ Proveedores y contrataciones gubernamentales: Certificaciones y contratos

05

COMBINANDO TODAS LAS PIEZAS

53/ 15 puntos claves y recursos

01/

**ANTES DE
EMPEZAR**





In New York City, all residents, including our diverse immigrant communities, should feel welcome. You have guaranteed rights and free resources from the City to support your life here.

¿Sabía usted?

- ▶ Algunas personas que aparentan ofrecer ayuda sobre asuntos de inmigración se aprovechan de sus clientes, en lugar de ayudarlos.
- ▶ Nunca se le preguntará sobre su estado migratorio cuando interactúe con los empleados del Departamento de Policía de Nueva York (New York Police Department, NYPD) o de la Ciudad, salvo en casos limitados cuando solicite beneficios federales. La Ciudad mantiene políticas de confidencialidad estrictas para garantizar la privacidad de la información de todos los neoyorquinos y solo divulga información cuando así lo requiere la ley.
- ▶ Solo los abogados con licencia o las personas acreditadas por el Gobierno pueden ofrecer ayuda legal sobre asuntos de inmigración.
- ▶ Llame al 311 y diga “immigration help” (ayuda sobre asuntos de inmigración) para recibir ayuda gratuita y segura sobre este tema en su vecindario.

RECURSOS ADICIONALES

- Para obtener más información sobre lo siguiente:
- sus derechos garantizados como residente de NYC, visite nyc.gov/humanrights;
 - todos los recursos de la Ciudad para los inmigrantes, visite nyc.gov/immigrants o llame al 311 e indique lo que necesita;
 - sus derechos como propietario de negocios de NYC, visite nyc.gov/bizrights;
 - leyes laborales claves como licencias pagas por enfermedad y salario, visite on.nyc.gov/workplacelaws.

CONOZCA SUS DERECHOS

Independientemente de su estado legal o migratorio, sus creencias religiosas o su acento:

Usted puede...	A usted no se le puede...
<ul style="list-style-type: none"> ✓ acceder a los servicios de la Ciudad y a recibir estos servicios en su idioma; ✓ hacer una denuncia llamando al 311 si se han violado sus derechos. 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ negar el empleo para muchos puestos de trabajo si tiene la autorización para trabajar, así como tampoco le pueden negar oportunidades de vivienda; ✗ preguntar sobre su estado migratorio cuando interactúe con empleados del Gobierno, a menos que esté solicitando un beneficio o un servicio que requiera esta información.

CONOZCA SUS RECURSOS

- Necesito ayuda con el inglés**
 - WE ARE NEW YORK** es un programa de televisión que ayuda a los inmigrantes neoyorquinos a practicar el inglés. También existen reuniones de grupos de conversación, si desea practicar más información en nyc.gov/wearenewyork.
 - CUNY** www2.cuny.edu/academics/cpe
 - DYCD** 800.246.4646
 - BIBLIOTECAS:**
 - New York Public Library** nypl.org
 - Brooklyn Public Library** bklynlibrary.org/
 - Queens Public Library** queenslibrary.org
- Necesito ayuda legal sobre asuntos de inmigración**
 - ACTIONNYC** es un programa que ofrece ayuda legal gratuita y segura sobre asuntos de inmigración a los neoyorquinos. Obtenga más información en nyc.gov/actionnyc.
 - NYCITIZENSHIP** ofrece ayuda gratuita con las solicitudes de ciudadanía y asesoramiento financiero en bibliotecas públicas. Obtenga más información **llamando al 311** y diciendo “citizenship appointment” (cita por la ciudadanía).
- Necesito identificación, pero estoy indocumentado**
 - IDNYC** es una identificación oficial y gratuita para todos los residentes de la Ciudad de Nueva York. Ofrece acceso a los servicios de NYC, comprobantes de identidad para presentar ante la policía, acceso a una cuenta bancaria o a una cuenta de cooperativa de ahorro y crédito en las instituciones financieras que participan y más. Obtenga más información en nyc.gov/IDNYC.



02 /

PREPARATIVOS

PARA SER UN

PROPIETARIO

DE NEGOCIOS

Poner en marcha un negocio es como irse de viaje. Antes de salir, debe tener en cuenta lo que necesita, lo que ya tiene y lo que debe obtener. Mientras mejor planifique, mayores serán las probabilidades de que su viaje sea un sea exitoso.

Ningún empresario tiene todo lo que necesita cuando inicia un negocio. Esta sección lo ayudará a identificar esas cosas que necesita (en lo personal, lo profesional y lo económico) y qué puede hacer para desarrollarlas.

EVALÚE CUÁN PREPARADO ESTÁ

Es importante hacerse una autoevaluación como empresario antes de planificar un negocio. Tenga en cuenta las siguientes preguntas:



1 Actitud

¿Tengo la energía y la determinación para alcanzar el éxito a pesar de los desafíos?
¿Estoy dispuesto a asumir un riesgo en un negocio que podría no tener éxito?



2 Dinero

¿Tengo los ahorros o la ayuda financiera que se necesitan para iniciar un negocio?



3 Red

¿Tengo el apoyo de familiares, amigos o colegas que puedan añadir a mis fortalezas y ayudarme a abordar los desafíos?



4 Habilidades

¿Tengo las habilidades de planificación y de administración necesarias para poner en marcha y operar un negocio? ¿Estoy dispuesto a invertir tiempo y esfuerzo para desarrollar esas habilidades?



5 Tiempo

¿Estoy dispuesto a trabajar más horas que la mayoría de los empleados? ¿Puedo dedicar tiempo a la investigación y a la planificación de mi negocio?

RECURSOS ADICIONALES

A fin de asistir a talleres gratuitos que le enseñen a evaluar y a mejorar su preparación para los negocios, visite nyc.gov/immigrantbusinesses y busque el taller "10 Steps to Starting a Business" (10 pasos para iniciar un negocio) cerca de su domicilio.

Ejercicio 1

Cuestionario rápido de autoanálisis

Existen cualidades comunes entre los empresarios exitosos. Evalúe las fortalezas de sus características emprendedoras utilizando el siguiente cuadro.

Cualidad	Fuerte 3	Promedio 2	Necesita mejorar 1
1. Apasionado Creo que mi idea de negocio tendrá éxito y que tengo el impulso para hacer que eso suceda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Autodisciplinado Estoy dispuesto a hacer el trabajo necesario para ser exitoso, independientemente de que lo disfrute o no.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Progreso ante lo incierto Disfruto resolver problemas sin pautas ni indicaciones claras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Perseverante y resiliente Sé que habrá contratiempos, pero los resolveré cuando surjan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Persuasivo Puedo convencer a otros de los motivos por los que deberían invertir tiempo, energía o dinero en mi negocio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Ético Las personas me conocen como alguien que se maneja con honestidad, integridad e interés por los demás.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Según este cuestionario, ¿en qué cualidades le hace falta mejorar?

Use la siguiente tabla para elegir tres de sus cualidades que podría mejorar. Luego elija dos formas en las que mejorará cada una de dichas cualidades.

Cualidad	Cómo mejoraré
	1. 2.
	1. 2.
	1. 2.

DESARROLLE SU CONCEPTO DE NEGOCIOS

Se requiere más que una idea para lograr un negocio exitoso. Debe desarrollar un concepto de negocios para explicar el valor de su idea a otros y para comenzar a convertir sus ideas en un plan de negocios.

Lea el siguiente enunciado de ejemplo sobre el concepto de negocios. ¿Cuán efectivo es? ¿Cómo lo mejoraría?

Enunciado del concepto de negocios de Dolores' Daycare

Cerca de Nostrand Avenue en Bedford-Stuyvesant, Brooklyn, se están mudando cada vez más familias jóvenes que necesitan un servicio de guardería confiable. Sin embargo, hay tan solo unas pocas guarderías en la zona, y solo algunas de ellas son de alta calidad. Dolores' Daycare ofrecerá servicios de guardería seguros y educativos todos los días de la semana, de 6:00 a. m. a 8:00 p. m., para estas familias trabajadoras. El negocio se diferenciará por su personal capacitado y con experiencia, quienes usarán recursos y prácticas de vanguardia en la educación de niños en la primera infancia.

Debido a que sus fundadores nacieron y se criaron en Bedford-Stuyvesant, ambos tienen muchas conexiones con grupos comunitarios que trabajan con familias jóvenes. Ellos encuestarán a estas familias para conocer lo que desean de una guardería, y esta información nos ayudará a saber cómo funciona el negocio. Esta difusión también ayudará a crear una red de futuros clientes.

Ahora intente redactar su propio enunciado de concepto de negocios. Use las preguntas anteriores como guía.

Su enunciado de concepto de negocios

Responda las siguientes preguntas:

1 ¿Cuál es el producto o el servicio y cuál es su propósito?

2 ¿En donde se ubica su producto o servicio en el mercado? ¿Qué lo diferencia de la competencia?

3 ¿A qué tipo de cliente está dirigido? ¿De qué modo su producto podrá satisfacer una de las necesidades de ese cliente?

4 ¿De qué modo llegará su producto o su servicio a los clientes? ¿Dónde y cuándo se venderá?





EL INICIO DE SU PLAN DE NEGOCIOS

Su concepto de negocios también es el comienzo de su plan de negocios. Este plan describe en detalle la forma en que su negocio alcanzará sus metas. Esto convierte su idea de negocios en una estrategia detallada y deliberada para alcanzar el éxito.

La siguiente tabla ofrece un esquema para un plan de negocios. Lea las preguntas de cada sección a fin de comenzar a pensar en lo que necesitará para elaborar su propio plan de negocios. Utilice este conjunto de herramientas a modo de guía para responder estas preguntas.

ESQUEMA DEL PLAN DE NEGOCIOS

Sección	Descripción
RESUMEN EJECUTIVO	Descripción breve de todo su plan de negocios. Debería incluir los nombres de los propietarios, el producto o el servicio, el mercado y el dinero necesario.
DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	Detalles clave del negocio (incluso su nombre, el objetivo, la estructura legal, la industria y las metas) y de usted (incluyendo su experiencia, sus relaciones profesionales y su información de contacto).
ADMINISTRACIÓN Y EMPLEADOS	¿Quiénes administrarán el negocio y cuales son sus funciones? ¿Cuántos empleados necesita? ¿Cuánto costarán los beneficios y los salarios de todos?
FUNCIONAMIENTO Y UBICACIÓN	¿Cómo se elaborará y se venderá el producto? ¿Quién proveerá los suministros para el inventario? ¿Cual sera el horario de apertura del negocio? ¿Qué clase de espacio necesita su negocio?
MERCADEO	¿Quiénes son sus clientes objetivo? ¿Cómo llegará a ellos? ¿Quiénes son sus competidores? ¿Cuál es su ventaja sobre ellos?
SOLICITUD FINANCIERA	¿Cuánto dinero necesitará? ¿Cómo se utilizará el dinero? ¿Cómo y cuándo devolverá el dinero?
PROYECCIONES FINANCIERAS	¿De qué modo ingresará y egresará el dinero de su negocio? ¿De qué modo producirá ganancias? ¿Cuándo espera producir ganancias?

RECURSOS ADICIONALES

Para leer materiales sobre cómo elaborar un plan de negocios, la Small Business Administration (SBA) ofrece orientación en sba.gov/starting-business/write-your-business-plan.

ADMINISTRE SUS FINANZAS PERSONALES

Para probar que está listo para administrar las finanzas de un negocio, primero debe demostrar que puede administrar sus propias finanzas. Una forma de entablar relaciones con prestamistas, propietarios y otros es a través de su historial crediticio y de su calificación crediticia. Su calificación crediticia y su historial crediticio muestran sus prácticas de administración de deudas en el pasado.

¿Qué pasos debe seguir para empezar a generar su crédito?

1

Obtenga un ITIN

Un número de identificación individual de contribuyente (Individual Taxpayer Identification Number, ITIN) es un número que utiliza el Gobierno para procesar los impuestos de una persona. Es una opción de identificación para aquellas personas que no tengan Social Security Number. Las personas con ITIN pueden demostrar que pagan impuestos y que viven en los Estados Unidos. También pueden acceder a los servicios de instituciones financieras. Aunque un ITIN no le ayuda a construir su historia crediticia, adquirirlo podría ser un buen comienzo. Puede solicitar un ITIN desde irs.gov/individuals/general-itin-information.

2

Abra una cuenta en un banco o en una cooperativa ahorro y crédito

Una cuenta bancaria establece su historial financiero para que los prestamistas lo revisen. También protege su dinero de robos y facilita los pagos de facturas. La cuenta bancaria NYC SafeStart Account de la Ciudad ofrece a todos los neoyorquinos la posibilidad de tener una cuenta de ahorros de inicio. Tiene un requisito de saldo mínimo de \$25 y no tiene costo. Para obtener más información, visite nyc.gov/ofe y haga clic en "Innovative Programs" (Programas innovadores).

3

Adquiera una tarjeta de crédito asegurada o solicite un préstamo generador de crédito

Las tarjetas de crédito aseguradas y los préstamos generadores de crédito están respaldados por los fondos que usted introduce en la cuenta. Cancelar sus deudas de compras o préstamos, a tiempo y en su totalidad, puede ayudar a generar crédito rápidamente. Consulte los **RECURSOS ADICIONALES** a continuación para obtener ayuda sobre una tarjeta de crédito asegurada.

A CONTINUACION, ALGUNAS FORMAS EN QUE UNA CALIFICACIÓN CREDITICIA SÓLIDA PUEDE BENEFICIARLO:

- ▶ Pagar tasas de interés más bajas sobre préstamos y sobre cargos en tarjeta de crédito
- ▶ Tomar prestados montos de dinero más elevados
- ▶ Acceder a mejores tarifas de seguro para su automóvil, su vivienda y otros bienes
- ▶ Recibir con mayor facilidad la aprobación para alquilar un apartamento

RECURSOS ADICIONALES

La Ciudad ofrece asesoramiento financiero gratuito para ayudarlo a afrontar deudas, mejorar su crédito, abrir una cuenta bancaria y más. Para obtener asesoramiento financiero gratuito, llame al 311 y diga "Financial Counseling" (Asesoramiento financiero).



03/

PREPARATIVOS

PARA PONER

EN MARCHA

SU NEGOCIO



ADMINISTRACIÓN FINANCIERA DEL NEGOCIO

Poner en marcha un negocio puede requerir una inversión financiera importante. Antes de invertir sus fondos personales, le conviene tener un plan sólido y asegurarse de que el negocio vaya a ser rentable.

Es importante proyectar la cantidad de dinero que gastará y que ganará para predecir si su negocio tendrá éxito. También aumentará sus oportunidades de acceder a financiamientos debido a que a los prestamistas les interesa saber si usted podrá devolverles el dinero a tiempo.

$$\text{INGRESOS} - \text{GASTOS} = \text{GANANCIAS}$$

Para empezar, tenga en cuenta las tres preguntas a continuación:

1

¿Cuáles son mis costos de puesta en marcha?

Los empresarios suelen subestimar el monto de los costos requeridos para iniciar un negocio. Estos costos incluyen los gastos comunes, como un depósito de seguridad y el primer mes de renta, pero también incluyen gastos menos evidentes, como los costos de construcción y las tarifas de permisos. Puede usar el Ejercicio 2 de la siguiente página para comenzar a pensar en sus costos de puesta en marcha.

2

¿Cómo evitaré la escasez de dinero en efectivo?

Su negocio siempre debe tener dinero disponible para pagar los gastos esperados e inesperados. Un ejemplo puede ilustrar la importancia de esto:

Usted abrió una panadería hace tres meses, y las ventas han sido excelentes. Con sus ganancias, usted decide cancelar una gran parte de la deuda de su tarjeta de crédito. Pero una semana después, debe pagar los gastos de renta y de los servicios públicos, al mismo tiempo que el horno más grande deja de funcionar. Su negocio puede ser rentable, pero usted no tiene el dinero en efectivo para pagar sus cuentas y para mantener en marcha el negocio.

Su negocio afrontará gastos de facturas esperados e inesperados. Debe asegurarse de tener siempre dinero en efectivo listo para cubrir estos gastos. Avance al Ejercicio 3 para completar su propio estado de flujo de caja.

3

¿Cómo y cuándo produciré ganancias?

Una meta clave de todos los negocios es lograr la rentabilidad. Muy pocos negocios se vuelven rentables de inmediato; tener un plan para la generación de ganancias. Piense en los ingresos y en los gastos de su negocio y utilice la fórmula anteriormente mencionada para calcular sus ganancias de cada mes.

RECURSOS ADICIONALES

A fin de asistir a talleres gratuitos que ofrecen orientación sobre finanzas de negocios, visite nyc.gov/nycbusinesscourses, haga clic en "Financing and Accounting" (Financiamiento y contabilidad) y busque un taller "Business Financial Management" (Administración financiera de negocios) cerca de su domicilio.

Ejercicio 2

Como estimar los costos de puesta en marcha

Complete la siguiente tabla e introduzca cuáles serán los costos de puesta en marcha estimados. Para hacer estimaciones precisas, investigue sobre los costos de puesta en marcha de los negocios comparables con el suyo. Asegúrese de incluir los costos en los que espera incurrir solamente durante la fase de puesta en marcha.

Nota: Esta tabla no es totalmente inclusiva y está prevista solamente como punto de partida para sus proyecciones financieras.

Gastos de puesta en marcha	Costo estimado	Fuente de investigación
DEPÓSITOS/SEGURO		
Depósito de renta		
Depósito de servicios públicos		
Otros depósitos		
Seguro contra accidentes y contra terceros		
Otro tipo de seguro		
Subtotal de depósitos/seguro		
GASTOS DE CAPITAL		
Construcción y remodelación		
Equipos y maquinarias		
Muebles y accesorios		
Inventario		
Tecnología		
Otro		
Subtotal de gastos		
GASTOS		
Publicidad		
Honorarios por servicios de contabilidad y por asistencia legal		
Tarifas corporativas, permisos e impuestos		
Id. de impuestos federales		
Suministros para la oficina		
Gastos de nómina		
Salarios y sueldos		
Impuestos sobre la nómina		
Beneficios		
Permisos y licencias		
Renta		
Señalización		
Mantenimiento del sitio web		
Subtotal de gastos		
TOTAL		

Ejercicio 3

Estado de flujo de caja

El estado de flujo de caja señala el ingreso y el egreso de dinero del negocio. Es esencial ser claro en este enunciado debido a que debe haber dinero en efectivo disponible para pagar las facturas a tiempo y para las actividades cotidianas.

Guía:

- ▶ Comience con los ingresos, seguidos de los gastos y las cancelaciones de los préstamos.
- ▶ Establezca los números sobre la base de la investigación, en lugar de hacerlo sobre la base de las suposiciones.
- ▶ Es frecuente que, durante el primer año, haya saldos negativos. Estos deben ser cubiertos mediante la obtención de más dinero en efectivo (p. ej., préstamos) o mediante la reducción de gastos.
- ▶ El incremento en las ventas puede causar la pérdida de dinero en efectivo (debido al aumento de costos y de mano de obra). Piense en cómo se sobrepondrá a esto.

Nombre del negocio	Costos de puesta en marcha	Mes 1	Mes 2	Mes 3
A. EFECTIVO EN CAJA (comienzo del mes)				
B. RECIBOS DE DINERO EN EFECTIVO				
1. Ventas al contado				
2. Recoleccion de fondos de ventas a credito				
3. Préstamos u otras contribuciones de dinero en efectivo				
C. RECIBO TOTAL DE DINERO EN EFECTIVO (B1 + B2 + B3)				
D. TOTAL DE DINERO EN EFECTIVO DISPONIBLE (A + C)				
E. DINERO EN EFECTIVO DESEMBOLSADO:				
1. Compras (mercadería)				
2. Salarios brutos				
3. Gastos de nómina				
4. Servicios externos				
5. Suministros (la oficina se encuentra en funcionamiento)				
6. Reparación y mantenimiento				
7. Publicidad				
8. Automóviles, entregas y traslado				
9. Servicios profesionales				
10. Renta (bienes raíces solamente)				
11. Teléfono				
12. Servicios públicos				
13. Seguro				
14. Impuestos				
15. Intereses sobre préstamos				
16. Varios (pequeños gastos)				
G. TOTAL DE DINERO EN EFECTIVO DESEMBOLSADO				
H. POSICIÓN DE CAJA (D menos G) Efectivo en caja para el mes siguiente				

COMO ESTRUCTURAR SU NEGOCIO

Una de las primeras decisiones que debe tomar un empresario es cómo estructurar el negocio de la mejor manera. Elegir una estructura que se adapte a su negocio depende de varios factores:



- Su visión sobre la naturaleza y sobre el tamaño del negocio.
- Quiénes prefiere que sean los encargados de la toma de decisiones de su negocio.
- Nivel de riesgos legales que está dispuesto a asumir.
- Cómo y cuándo desea pagar los costos de estructura en cuanto a impuestos u honorarios legales.
- Pérdidas o ganancias esperadas del negocio y uso planificado de los ingresos.
- Cuánto esfuerzo está dispuesto a dedicar para dar forma y para mantener la estructura.

¿Está iniciando su negocio con un socio? Las sociedades exitosas se anticipan a los desafíos y elaboran **acuerdos de sociedad** con antelación para ayudar a resolverlos. Algunas de las preguntas que responde un acuerdo de sociedad son las siguientes:

- ▶ ¿Qué invierte cada uno de los socios?
- ▶ ¿Cuáles son las obligaciones de cada socio?
- ▶ ¿Cómo resolverán los conflictos?
- ▶ ¿Qué sucede cuando uno de los socios se retira?

A continuación, se incluye información sobre algunas estructuras de negocios:

(Para obtener más detalles o información, consulte con un abogado).

PROPIETARIO ÚNICO

Solo una persona se ocupa de todos los activos y de las responsabilidades del negocio que esté a su nombre. La gran mayoría de los pequeños negocios se inicia con un propietario único.

VENTAJAS: +

Son las estructuras menos costosas y más fáciles de organizar. No se requiere inscripción en el registro público ni honorarios por asesoramiento legal, y las ganancias solo se gravan como parte de la declaración de impuestos personal del propietario.

DESVENTAJAS: -

La responsabilidad directa e ilimitada del negocio recae sobre una sola persona, el propietario. Los propietarios también podrían tener problemas para obtener financiamiento para el negocio.

COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (LLC)

Es una estructura de negocios que limita la responsabilidad como corporación, pero que ofrece la flexibilidad y los beneficios fiscales de una sociedad. Se creó para ayudar a los pequeños negocios.

VENTAJAS: +

La responsabilidad se limita a la inversión que haga cada miembro de la LLC. Los miembros tienen opciones para elegir la forma en que se registrarán y en que se les cobrarán los impuestos.

DESVENTAJAS: -

Establecer una LLC requiere presentar documentación y abonar tarifas de inscripción en el estado de Nueva York. Los propietarios de negocios pueden pagarle a un abogado para que los ayuden con esta documentación. Las LLC suelen tener acuerdos operativos y sistemas de declaración de impuestos más complejos que las corporaciones.

RECURSOS ADICIONALES

Para obtener ayuda profesional a la hora de elegir una estructura de negocios, comuníquese con un administrador de cuentas del SBS. Visite nyc.gov/businesssolutions y haga clic en "CONTACT" (CONTACTO).





SOCIEDAD GENERAL

Dos o más personas comparten la propiedad de un solo negocio. Al igual que en el caso de los propietarios únicos, la ley no distingue entre el negocio y sus propietarios.

VENTAJAS: +

Son las estructuras menos costosas y más fáciles de organizar. No se requiere inscripción en el registro público ni honorarios por asesoramiento legal, y las ganancias solo se gravan como parte de la declaración de impuestos personal del propietario.

DESVENTAJAS: -

Ambos socios son personalmente responsables por las deudas del negocio. Con frecuencia, los socios no se anticipan a los desafíos personales o profesionales que ponen fin a su relación. Elaborar un acuerdo de sociedad que se anticipe a estos desafíos podría requerir pagar a un abogado.

SOCIEDAD LIMITADA

Es una entidad legal creada por dos o más propietarios de negocios cuya responsabilidad se limita al monto que cada uno invierta. Al menos uno de los propietarios toma las decisiones sobre el negocio y se responsabiliza personalmente por las deudas de este.

VENTAJAS: +

Al menos un socio tiene el control sobre las decisiones y sobre las operaciones del negocio. Las ganancias solo se gravan como parte de la declaración de impuestos personal de los socios. La estructura formal puede dar credibilidad a un negocio que busque recibir un préstamo.

DESVENTAJAS: -

Al menos un socio es personalmente responsable por las deudas del negocio. Elaborar tanto los documentos de constitución como un acuerdo de sociedad podría requerir pagar un abogado. Con frecuencia, los socios no se anticipan a los desafíos personales o profesionales que ponen fin a su relación.

SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

Es una entidad legal creada por dos o más propietarios de negocios cuya responsabilidad se limita al monto que cada uno invierta. Ninguno de los propietarios toma decisiones sobre el negocio ni se responsabiliza personalmente por las deudas de este.

VENTAJAS: +

Todos los propietarios están personalmente protegidos de las deudas del negocio. Las ganancias solo se gravan como parte de la declaración de impuestos personal de los socios. La estructura formal puede dar credibilidad a un negocio que busque recibir un préstamo.

DESVENTAJAS: -

Los propietarios tienen poco control sobre las decisiones y sobre las operaciones del negocio. Elaborar tanto los documentos de constitución como un acuerdo de sociedad podría requerir pagar un abogado. Con frecuencia, los socios no se anticipan a los desafíos personales o profesionales que ponen fin a su relación.

CORPORACIÓN "C"

Es una entidad legal que puede celebrar contratos y que puede estar sujeta a gravámenes y a demandas. Casi todas las grandes corporaciones con más de 100 accionistas son corporaciones "C".

VENTAJAS: +

La responsabilidad de cada accionista se limita al monto que haya invertido. Los capitalistas de riesgo suelen preferir las corporaciones "C" debido a la flexibilidad de sus acuerdos de sociedad.

DESVENTAJAS: -

Constituir una corporación implica el pago de una gran cantidad de tarifas y la presentación de un gran caudal de papeleo para su inscripción. Muchos propietarios de negocios también le pagan a un abogado para que los ayude con la documentación. Recaen más restricciones sobre la capacidad de toma de decisiones de los fundadores. Las ganancias son gravables tanto para la corporación como para los accionistas.

CORPORACIÓN "S"

Es una entidad legal que puede celebrar contratos y que puede estar sujeta a gravámenes y a demandas. A diferencia de las corporaciones "C", el negocio no puede tener más de 100 accionistas.

VENTAJAS: +

La responsabilidad de cada accionista se limita al monto que haya invertido. Las ganancias son solamente gravables para los accionistas.

DESVENTAJAS: -

Constituir una corporación implica el pago de una gran cantidad de tarifas y la presentación de un gran caudal de papeleo para su inscripción. Muchos propietarios de negocios también le pagan a un abogado para que los ayude con la documentación. Recaen más restricciones sobre la capacidad de toma de decisiones de los fundadores.

COOPERATIVA DE TRABAJADORES

Es un negocio cuyos propietarios y operadores son sus empleados. Los trabajadores-propietarios comparten los ingresos y las ganancias que genera la cooperativa.

VENTAJAS: +

Su estructura democrática le ofrece a cada empleado voz e interés de propiedad en el negocio. Esto puede permitir una mayor productividad y una menor rotación de empleados. Las ganancias solo se gravan como parte de la declaración de impuestos personal de los trabajadores-propietarios.

DESVENTAJAS: -

Las cooperativas de trabajadores pueden tener problemas para obtener financiamiento. Los inversores podrían no estar familiarizados con la estructura, o bien, estar preocupados por los reembolsos.



UBICACIÓN DEL NEGOCIO

La ubicación del negocio es esencial para su éxito. Antes de elegir una ubicación, tenga en cuenta lo siguiente:

Planificación previa

Elabore una lista de lo que necesita su negocio de un espacio, como pies cuadrados, servicios públicos y accesorios. Ordénelos según su prioridad.

Examine el vecindario

Hable con los inquilinos, los corredores y las organizaciones de desarrollo comunitario.

- ▶ ¿Su tipo de negocio será bien recibido en la comunidad?
- ▶ ¿Hay competidores cerca?

Conozca las regulaciones

Asegúrese de que el espacio tenga un certificado de ocupación. Conozca las restricciones relativas a la zonificación.

- ▶ ¿El espacio está aprobado para el uso comercial de su tipo de negocio?
- ▶ Use los **RECURSOS ADICIONALES** que se incluyen al final de esta página para obtener más información sobre los certificados de ocupación y sobre las restricciones relativas a la zonificación.

Visite el espacio en persona

Confirme si son precisas las descripciones que hicieron el propietario o el corredor inmobiliario sobre el espacio.

- ▶ ¿El estado y la distribución del espacio se adaptan a las necesidades de su negocio?
- ▶ ¿Cuántas personas pasan por el negocio en un día promedio?

Confirme la situación del propietario

¿La persona que arrienda el espacio es el propietario legítimo? ¿La persona tiene todo en regla? Puede confirmar la identidad de los propietarios y la información de la propiedad en nyc.gov/citymap.

RECURSOS ADICIONALES

Para verificar el certificado de ocupación de la propiedad, visite nyc.gov/buildings e ingrese la dirección en el campo “Buildings Information” (Información del edificio). También puede averiguar si un propietario o inquilino tiene violaciones activas.

Para verificar las restricciones relativas a la zonificación de una propiedad, visite nyc.gov/zoning e ingrese la dirección en el campo “Find Your Zoning” (Busque su zona).

¿Sabía usted?

Una “good guy guarantee” (garantía de seguridad del arrendamiento) puede liberar a los inquilinos de sus responsabilidades sobre un espacio en caso de que decidan finalizar el contrato de arrendamiento antes de tiempo.

Esto depende de que el inquilino cumpla las obligaciones estipuladas en la garantía. Esto, generalmente, implica dejar el espacio arrendado en buenas condiciones.

ARRENDAMIENTO COMERCIAL

Los derechos de un inquilino comercial se definen, ante todo, en el contrato de arrendamiento. Las letras pequeñas de un contrato de arrendamiento pueden conllevar grandes consecuencias, así que tómese el tiempo de prepararse antes de hacer las negociaciones. A continuación, se incluyen algunas cosas “que debe hacer” y otras “que no debe hacer” en este proceso:

LO QUE DEBE HACER

- ✔ Trabajar con un abogado con experiencia en el asesoramiento a inquilinos de pequeños negocios en la Ciudad de Nueva York. Para verificar las referencias de un abogado en particular, visite nycourts.gov o llame al 212.428.2800.
- ✔ Negociar un término en el contrato de arrendamiento que garantice la opción de renovación.
- ✔ Negociar una “**garantía de seguridad del arrendamiento**” para reducir su responsabilidad en caso de que el negocio fracase.
- ✔ Tener en cuenta la complejidad y el tiempo de la construcción a la hora de decidir la fecha de inicio de un período de arrendamiento.
- ✔ Ser claro sobre quién es responsable de cada gasto y deuda del espacio.

LO QUE NO DEBE HACER

- ✘ Fiarse de un acuerdo verbal, una carta de intención o un “contrato de arrendamiento ordinario”. Estos pueden favorecer enormemente al propietario.
- ✘ Firmar el contrato de arrendamiento con su propio nombre, sin condiciones.
- ✘ Confiar en que el propietario conozca los usos permitidos y las restricciones del espacio.
- ✘ Esperar que el propietario se vea obligado a hacer reparaciones u ofrezca calefacción, agua, electricidad u otros servicios públicos sin cargo.

RECURSOS ADICIONALES

Para obtener más información sobre el arrendamiento comercial, asista al taller gratuito “Signing a Commercial Lease: What You Need to Know” (Firmar un contrato de arrendamiento: lo que necesita saber) del SBS. Visite nyc.gov/nycbusinesscourses y haga clic en “Business Planning and Operations Courses” (Cursos de planificación de negocios y de operaciones) para buscar un taller cerca de su domicilio.

Para evaluar un arrendamiento comercial con un abogado ad honorem, comuníquese con un administrador de cuentas del SBS. Visite nyc.gov/businesssolutions y haga clic en “CONTACT” (CONTACTO).





CÓMO ATENDER LOS ASUNTOS GUBERNAMENTALES: PERMISOS Y LICENCIAS

Seguir las normas gubernamentales para los negocios puede ser difícil para muchos propietarios de negocios. Pero con la información adecuada, puede pasar menos tiempo atendiendo violaciones y más tiempo enfocado en su negocio. La guía y los recursos a continuación pueden ayudarlo a prevenir las violaciones antes de que sucedan.

CÓMO PREPARARSE PARA ABRIR EL NEGOCIO

► Registre su negocio

Los negocios con propietarios únicos y las sociedades generales se registran ante el secretario del condado correspondiente. Las LLC, las corporaciones y las sociedades limitadas se registran ante el Gobierno del estado de Nueva York. En la sección **RECURSOS ADICIONALES** a continuación obtendrá información sobre cómo registrarse.

► Obtenga una identificación para su negocio

Solicite una identificación de impuestos a las ventas en on.nyc.gov/taxid para vender productos y servicios. Averigüe si debe solicitar un número de identificación de empleador (Employer Identification Number, EIN) en on.nyc.gov/ein.

► Conozca los requisitos específicos de su tipo de negocio

Asegúrese de que usted y sus

empleados tengan todos los permisos y las licencias que necesita su negocio. Visite la sección **RECURSOS ADICIONALES** a continuación para obtener más información.

► Solicite a un profesional con licencia que evalúe su ubicación

Si el espacio necesita construcción, la Ciudad debe conocer sus planes. Solo el profesional con licencia puede presentar estos planes en su nombre. Para obtener más información sobre el proceso de permiso, visite nyc.gov/buildings, busque “How to obtain a permit” (Cómo obtener un permiso) y haga clic en el enlace con ese título.

► Cumpla las leyes laborales

Además de la obligación de salario mínimo, los empleadores tienen muchas responsabilidades con sus empleados. Obtenga más información en on.nyc.gov/wages.

RECURSOS ADICIONALES

Si planea iniciar un negocio, existen recursos gratuitos sobre cada una de las partes del proceso de licencia, registro y permisos. Esto incluye una encuesta que le brindará una lista personalizada de requisitos para su negocio en particular. Visite nyc.gov/business y haga clic en “Start a Business” (Iniciar un negocio) para obtener más información.



CÓMO MANTENER ABIERTO EL NEGOCIO

► Siga las normas de sanidad

Saque sus residuos de manera prolija y en el momento indicado para su recolección. Coloque a la vista la calcomanía de su recolector de residuos. Para obtener más información, visite nyc.gov/business, busque “Recycling and waste removal” (Reciclaje y eliminación de residuos) y haga clic en el enlace con ese título.

► Mantenga las aceras limpias y libres de objetos

Debe limpiar las aceras, incluidos los primeros 1.5 pies de calle. No puede colocar letreros en las aceras. Para obtener más información, visite nyc.gov/business y busque “Sidewalks” (Aceras).

► Publique los precios, las formas de pago y las políticas de reembolso

Etiquete todos los productos con sus precios. Coloque letreros que dejen en claro sus políticas de reembolso

y de tarjetas de crédito. Obtenga más información sobre estas normas y sobre otros asuntos que todo negocio debe saber en on.nyc.gov/10things.

► Resuelva las quejas de los clientes

La Ciudad se comunicará con usted si un cliente presenta una queja. Debe responder y trabajar con la Ciudad para resolver dicha queja. Para obtener más información, visite nyc.gov/business, busque “Business Licensing and Complaint History” (Historial de licencias y de quejas del negocio) y haga clic en el enlace con ese título.

► Atienda las violaciones y pague las multas

No espere para resolver una violación. No responder puede dar como resultado multas adicionales. Visite la sección **RECURSOS ADICIONALES** para saber cómo recibir asesoría personal sobre regulaciones y violaciones.

RECURSOS ADICIONALES

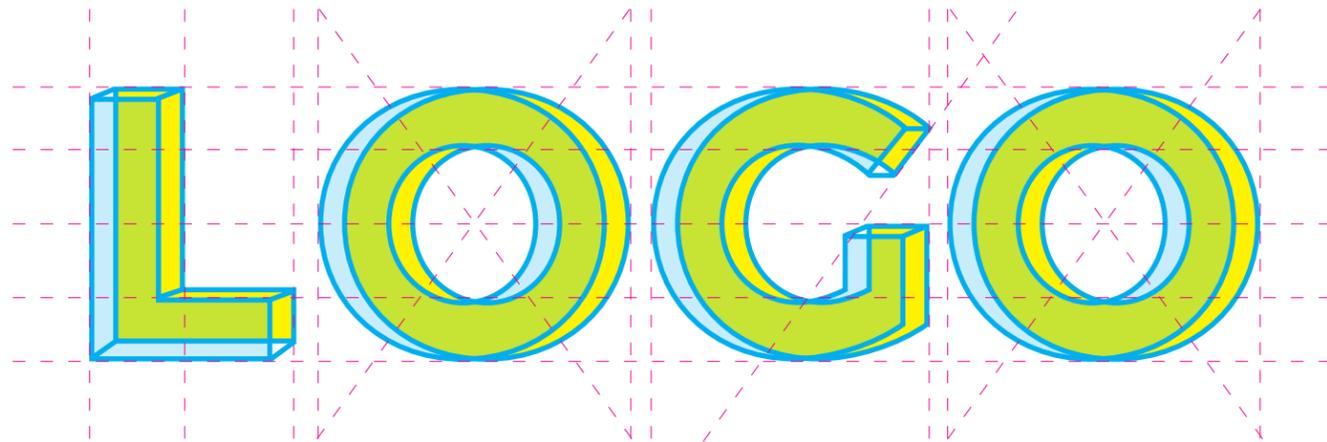
Para obtener orientación personal sobre las regulaciones para los negocios, los administradores de clientes del SBS pueden ayudarlo sin cargo. Envíe un correo electrónico a businesshelp@sbs.nyc.gov o llame al 212.618.8810 para programar una cita.

Si es propietario de un negocio en marcha, puede recibir asesoría personal para prevenir y para resolver violaciones. La asesoría es gratuita y se realiza en la ubicación de su negocio. Visite nyc.gov/nbat y haga clic en “Schedule a Visit” (Programar una visita) o envíe un correo electrónico a businesshelp@sbs.nyc.gov para solicitar una.

04 /

**PLANIFICANDO
EL CRECIMIENTO
DEL NEGOCIO**





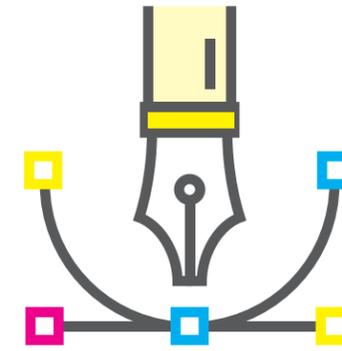
LA IMPORTANCIA DE CREAR UNA MARCA PARA SU NEGOCIO

Los clientes no son solo consumidores que necesitan bienes y servicios. Son personas con valores y con creencias que buscan negocios que compartan sus principios.

Una buena **marca** saca ventaja de esto. Una marca es la identidad pública de su negocio y les comunica a los clientes los valores fundamentales de su negocio, no solo su aspecto. Cuando define esta identidad con

reflexión y con propósito, usted influencia los relatos que las personas hacen de su negocio.

Cuando crea una marca sólida, establece mejores conexiones con sus clientes. Establecer mejores conexiones es igual a generar más historias positivas que se compartan sobre su negocio.



Nombre comercial

El nombre de un negocio indica cómo las personas se refieren a él. Existen factores que hacen que un nombre sea exitoso, entre ellos: →

Logotipo

Muchos clientes reconocen primero a un negocio por su logotipo. Los diseños de logotipos exitosos son: →

ASPECTOS BÁSICOS DE UNA MARCA

Las marcas exitosas tienen componentes en común. Es esencial que el negocio tenga un nombre y un logotipo que sean claros y únicos. Tenga en cuenta la siguiente guía a la hora de explorar un nombre y un logotipo para su negocio.

- ▶ **Descriptivo**
El nombre debe reflejar la naturaleza de su negocio.
- ▶ **Orientado a la imagen**
El nombre debe reflejar los valores principales de su negocio.
- ▶ **Industria**
El nombre debe ser acorde al lenguaje de su industria, pero debe diferenciar a su negocio de los competidores.
- ▶ **Accesible**
Sus clientes deben considerar que el nombre de su empresa es atractivo y memorable.
- ▶ **Representativos**
Solo incluya diseños y colores que reflejen una parte fundamental de su negocio.
- ▶ **Únicos**
Añada características distintivas para que los clientes no confundan su logotipo con el de otro negocio.
- ▶ **Simples**
El exceso de características puede ocultar el mensaje principal de su logotipo. Evite diseños que usen tendencias pasajeras.

RECURSOS ADICIONALES

Para conocer los talleres gratuitos que ofrezcan una introducción al mercadeo para negocios, visite nyc.gov/nycbusinesscourses, haga clic en "Marketing and Technology" (Mercadeo y tecnología) y busque un taller "Marketing 101" (Introducción al mercadeo) cerca de su domicilio.

Para verificar si el nombre de su negocio ya ha sido registrado en el estado de Nueva York, visite dos.ny.gov/corps/bus_entity_search.html.

Ejercicio 5

Conocer a su público y definir su marca

Los negocios pueden continuar creando su marca después de haber elegido su nombre y su logotipo. Para merecer la fidelidad de los clientes, las marcas deben convencerlos de que el negocio comparte sus valores. Esta fidelidad con la marca puede aumentar las ventas y mejorar la diferenciación de la marca.

Las siguientes preguntas lo ayudarán a definir su propia marca. A modo de guía, primero se proporcionan respuestas de ejemplo. Luego va a encontrar un espacio para que escriba sus propias respuestas.

1/

¿Cuáles son sus clientes objetivo?

Considere los ingresos, así como la edad, el sexo, la etnia, los idiomas hablados, el estado civil, la ocupación y los intereses personales de su comunidad objetivo.

“Para mi negocio de guardería, deseo llegar a familias que viven cerca de Nostrand Avenue, al norte de Myrtle Avenue en Bedford Stuyvesant. Más del 70 % de los hogares se componen de familias. Más del 5 % de todos los residentes se encuentran en edad preescolar. Este es uno de los porcentajes más elevados de todo Brooklyn. El promedio de ingresos de un grupo familiar es de \$20,000 a \$30,000, y el vecindario está compuesto, en su mayoría, por latinos. La mayoría de los grupos familiares habla en español en sus hogares”.

2/

¿Cuál es una de las necesidades clave que satisface su producto o servicio?

“He hablado con muchas familias de este vecindario, quienes han expresado su necesidad de contar con un servicio de guardería asequible y de alta calidad en la comunidad”.

▶ EJERCICIO DE REFLEXIÓN

Piense en un negocio cuya marca le guste. ¿Qué valora del negocio? ¿Cómo se destaca de la competencia? Tenga en cuenta el valor, la calidad, la singularidad y la facilidad de uso de sus productos.

Cuando defina su marca, compare sus respuestas con estas preguntas y con las preguntas a continuación.

1

2

3/ ¿Qué es lo que más valora su cliente objetivo de este producto o servicio?

“Mi familia objetivo valora una guardería que enseñe a los niños habilidades esenciales de lenguaje y de matemáticas de acuerdo con las necesidades de sus hijos. Quiere que el personal comunique regularmente el progreso de sus hijos. También desea un servicio de guardería que esté abierto hasta tarde y que sea flexible según sus horarios de trabajo”

3

CÓMO DEFINIR SU MARCA

4/ ¿Cuáles son los valores fundamentales que impulsan a su negocio?

Tenga en cuenta el valor, la calidad, la singularidad y la facilidad de uso de su producto o servicio.

“Mis valores fundamentales son la confiabilidad, la calidad y el valor. En primer lugar, deseo que las familias confíen el cuidado de sus hijos a todo mi personal. En segundo lugar, quiero demostrarles que utilizamos técnicas de educación de vanguardia para la primera infancia. En tercer lugar, quiero mantener un precio que la comunidad pueda pagar”.

4

5/ ¿Cómo comunicará estos valores fundamentales a sus clientes objetivo?

“Comunicaré estos valores estableciendo altas expectativas sobre lo que los padres pueden esperar. Luego cumpliremos con cada una de ellas mediante recursos y empleados excelentes. Serviré como guía de confianza de los clientes para buscar recursos de atención infantil fuera del ámbito de mi negocio, como pediatras y niñeras de confianza. Mis empleados y yo también nos tomaremos un momento para hablar con los padres todos los días. Abordaremos las inquietudes y las necesidades particulares de cada uno y explicaremos el impacto positivo que tendremos sobre su hijo cada vez que llegue a nuestra guardería”.

5

6/ ¿De qué modo este mensaje lo diferenciará de la competencia?

“Diferenciaremos nuestro negocio a través de recursos educativos diseñados a la medida de las necesidades de cada uno de los niños, así como a través de un personal altamente capacitado y de una comunicación abierta con los padres. Utilizaremos recursos y capacitación de personal de vanguardia en educación de la primera infancia y explicaremos su valor. Contrataremos a empleados bilingües que enseñen a los niños habilidades del lenguaje tanto en inglés como en español. Garantizaremos una proporción de no más de 8 niños por cada miembro del personal. Llevaremos a cabo controles regulares entre el personal y los padres para explicar el progreso de sus hijos, conocer las inquietudes y reaccionar a las necesidades cambiantes”.

6

¿Sabía usted?

Los consumidores promedio necesitan escuchar o ver un mensaje al menos siete veces antes de elegir un producto o un servicio.

Publicidad

La publicidad es la forma en que la mayoría de los clientes conoce los negocios por primera vez. Debería producir resultados inmediatos y ventas rápidas. Pero es costosa, así que es importante saber a quiénes venderá y cómo puede llegar a ellos.

Tenga en cuenta las siguientes opciones de publicidad: →

Difusión

La difusión hace referencia a los relatos en los medios de comunicación sobre los negocios sin costo alguno para estos. Esta es una herramienta tanto para negocios nuevos como existentes.

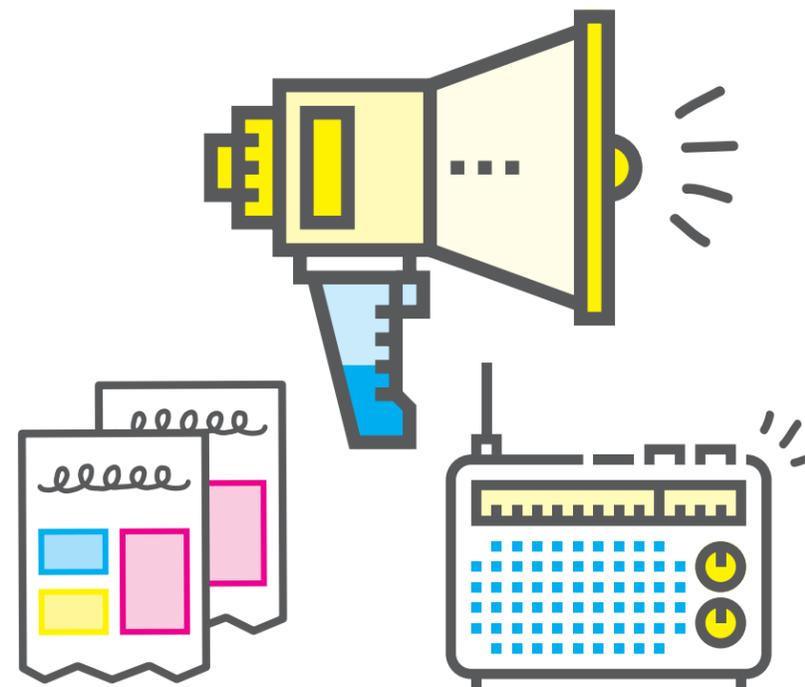
Tenga en cuenta las siguientes opciones de publicidad: →

CÓMO ARMAR SU CONJUNTO DE HERRAMIENTAS DE MERCADEO

Un nombre o un logotipo establecen el mensaje de su negocio, pero es necesario que usted también transmita el mensaje. Esto requiere aplicar estrategias de mercadeo. Las estrategias que utilice dependerán de las necesidades de su negocio.

Todo conjunto de herramientas completo de mercadeo incluye una combinación de publicidad, difusión y estrategias promocionales.

- ▶ **Volantes**
Puede entregar volantes en eventos para establecer contactos y en ferias comerciales. Son fáciles de crear y no son costosos.
- ▶ **Periódicos**
Los periódicos ofrecen un espacio publicitario de un solo día para diferentes presupuestos. Pueden ayudar a los negocios a llegar a ciertos vecindarios y comunidades.
- ▶ **Radio**
Las estaciones de radio llegan a un público más amplio y ofrecen tarifas más económicas que los anuncios impresos o televisivos. Si sus clientes objetivo escuchan la radio, los anuncios por ese medio podrían ser una opción eficaz.
- ▶ **Internet y medios sociales**
El uso de Internet y de los medios sociales es una forma excelente y gratuita de promocionar su negocio. Avance a la siguiente sección, **TECNOLOGÍA**, para obtener más información sobre cómo utilizar estas herramientas.
- ▶ **Artículo especial**
Los periódicos, las estaciones de radio y los programas de televisión pueden presentar un negocio si tiene un rol exclusivo en la comunidad.
- ▶ **Reconocimiento de la comunidad**
Las organizaciones comunitarias suelen querer que los negocios locales sean patrocinadores de sus eventos. La organización podría querer adquirir su producto o servicio como premio para ellos que participaran en el mismo. Este tipo de colaboración podría atraer visibilidad a tu negocio.
- ▶ **Comunicado de prensa**
Si se trata de una noticia interesante, los medios de comunicación se interesan en los comunicados de prensa de los negocios.
- ▶ **Concursos**
Los negocios también pueden crear sus propios eventos con premios.



¿Sabía usted?

Un pequeño porcentaje de clientes utiliza cupones impresos. En promedio, del 1 % al 5 % de las veces, los clientes usan los cupones que ven en los periódicos. Menos del 10 % de las veces, los clientes usan cupones incluidos en revistas, correspondencias o negocios.

Promociones

Algunos negocios venden la misma línea de productos o de servicios al mismo mercado durante décadas. ¿Cómo lo hacen? Las actividades promocionales son una de las formas. Son rentables y flexibles según las necesidades de un negocio.

Tenga en cuenta las siguientes opciones de publicidad: →

- ▶ **Productos promocionales de calidad superior**
Los productos promocionales de calidad superior son productos o servicios adicionales que los clientes no esperan recibir de su negocio. Elija artículos que tengan un valor claro para sus clientes.
- ▶ **Demostraciones**
Las demostraciones permiten a los clientes probar un producto o servicio antes de comprarlo. Muchos clientes necesitan ver el valor de un producto.
- ▶ **Red de contactos**
La opción más rápida y económica es que las personas alienten a sus familiares y amigos a comprar en su negocio. Usted puede hacer esto en forma activa. Visite las cámaras de comercio, las asociaciones de comerciantes y los eventos comunitarios para hablar sobre su negocio.
- ▶ **Cupones**
Los cupones reducen los precios de los bienes y de los servicios para alentar a los clientes a comprar más.

RECURSOS ADICIONALES

Para obtener más ayuda con las estrategias de mercadeo, asista al taller gratuito "Mastering Marketing" (Dominio del mercadeo) del SBS. Visite nyc.gov/nycbusinessscourses y haga clic en "Marketing and Technology" (Mercadeo y tecnología) para buscar un taller cerca de su domicilio.

Ejercicio 6

Priorizar las estrategias de mercadeo

Paso: 1 →

Califique cada opción de mercadeo de acuerdo con el nivel de prioridad para su negocio (**donde 1 significa “de suma prioridad” y 4 significa “de menor prioridad”**).

Use las siguientes preguntas para que lo ayuden a determinar su prioridad.

- ▶ ¿Este método llegará a mis clientes objetivo y tendrá un impacto sobre ellos?
- ▶ ¿A cuántas personas llegará y cuántas ventas facilitará?
- ▶ ¿Sus beneficios son acordes a sus costos?

Paso: 2 →

Elija una opción de mercadeo de cada categoría y cree una idea para ella.

- ▶ ¿Qué quiere lograr con esta estrategia de mercadeo?
- ▶ ¿Qué les dice esta estrategia a los clientes potenciales?

Opciones de publicidad	Prioridad (1 4)	Idea publicitaria
1. Internet/Medios sociales		
2. Volantes		
3. Periódicos		
4. Radio		
Opciones de difusión	Prioridad (1 4)	Idea publicitaria
1. Artículo especial		
2. Comunicado de prensa		
3. Reconocimiento de la comunidad		
4. Concursos		
Opciones de promoción	Prioridad (1 4)	Idea publicitaria
1. Productos promocionales de calidad superior		
2. Cupones		
3. Demostraciones		
4. Red de contactos		





TECNOLOGÍA

La tecnología es una herramienta esencial para que los pequeños negocios aumenten las ventas y reduzcan los costos. Hay cada vez más herramientas disponibles a bajo costo para todos los pequeños negocios. Familiarizarse con todas ellas requiere tiempo y esfuerzo, pero da resultado. Esto puede diferenciarlo de su competencia.

Cómo empezar

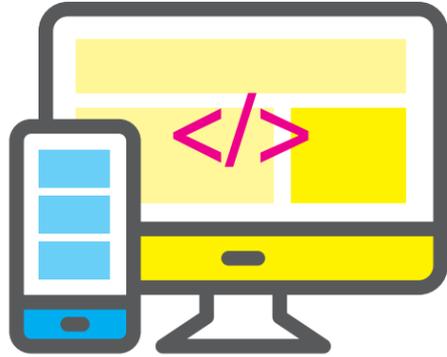
Para empezar, asegúrese de estar familiarizado con las siguientes tecnologías.

Estas son esenciales →

- ▶ **Navegación en Internet**
Internet permite que todas las computadoras del mundo compartan información. Las personas usan Internet para enviar correos electrónicos, ver noticias, hacer compras, socializar, investigar productos o servicios y más.
- ▶ **Correo electrónico**
El correo electrónico es una forma de enviar mensajes a través de Internet. Cualquiera puede crear una dirección de correo electrónico sin costo y recibir mensajes allí.
- ▶ **Microsoft Office**
Microsoft Office es un paquete de programas informáticos que les permite a los usuarios registrar y compartir información. Puede redactar documentos, hacer cálculos, crear presentaciones y más.
- ▶ **Medios sociales**
Muchos usuarios de computadoras y de teléfonos celulares pasan la mayor parte del tiempo en Internet utilizando sitios de medios sociales, como Facebook y Twitter. Los usuarios de medios sociales comparten textos, fotografías, videos y más con el público o con sus “amigos” específicos.
- ▶ **Informática en la nube**
La informática en la nube registra documentos, fotografías, videos y más en Internet, en lugar de hacerlo en una computadora específica. Puede proteger y compartir fácilmente esta información en la nube.

RECURSOS ADICIONALES

Para obtener más ayuda con algunas de estas tecnologías, la biblioteca pública ofrece clases sobre ellas. Visite nypl.org/events/classes/other-orgs para buscar una organización que ofrezca clases de informática cerca de su domicilio.



DESARROLLAR SU SITIO WEB

Los sitios web son actualmente un canal estándar para los negocios en los Estados Unidos. Si los clientes no ven un sitio web de su negocio, podrían dudar de si realmente existe o si es legítimo.

Considere al sitio web de su negocio como otra parte de su conjunto de herramientas de mercadeo. Todo lo que incluya en su sitio web debe tener un propósito. También debe ser claro y fácil de navegar.

Tenga en cuenta lo siguiente para el sitio web de su negocio:

¿Sabía usted?

Muchos usuarios de Internet encuentran los sitios web de los negocios a través de motores de búsqueda como Google. Existen dos formas frecuentes de comercializar a través de ellos.

- ▶ Una opción es contratar a una persona que pueda diseñar su sitio web para que aparezca con mayor frecuencia en los resultados de búsqueda.
- ▶ Una opción más fácil, pero más costosa, es pagarle al motor de búsqueda para que coloque su sitio web entre los primeros resultados de búsqueda.

▶ **Marca**

Asegúrese de que sus diseños y sus colores sean acordes a la marca general de su negocio.

▶ **Contenido actual**

Cree contenido que se mantenga vigente con el paso del tiempo. Revise regularmente el sitio para asegurarse de que esté actualizado y de que sea atractivo para los visitantes.

▶ **Sitios comparables**

Observe los sitios web de negocios similares para ver de qué modo su negocio puede ser mejor y destacarse.

▶ **Contrate ayuda**

Si usted no tiene experiencia, podría resultarle útil contratar a un profesional para que diseñe su sitio web. Busque profesionales que sean recomendados por sus contactos o por revisores independientes. Podría ser un costo inicial con un valor a largo plazo.

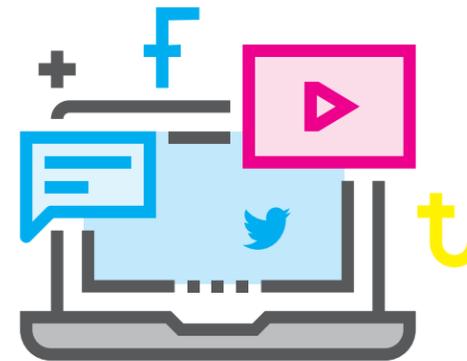
▶ **Hágalo usted mismo**

Si se siente cómodo con el uso de las computadoras, puede usar un programa para “crear sitios web” por su cuenta.

RECURSOS ADICIONALES

Para aprender a desarrollar un sitio web o a usar los medios sociales para su negocio, asista a los talleres gratuitos “Website Fundamentals” (Aspectos fundamentales de un sitio web) o “Social Media Fundamentals” (Aspectos fundamentales de los medios sociales) del SBS. Visite nyc.gov/nycbusinesscourses y haga clic en “Marketing and Technology Courses” (Cursos de mercadeo y de tecnología) para buscar talleres cerca de su domicilio.

Para comenzar a aprender sobre mercadeo por correo electrónico, medios sociales y otras tecnologías para pequeños negocios, el SBS cuenta con una biblioteca para negocios en línea en nyc.gov/html/sbs/nycbiz/html/library/library.shtml.



MEDIOS SOCIALES

Los medios sociales han transformado el mercadeo para los pequeños negocios. Ofrecen muchas formas de detectar clientes y de llegar a ellos. Descubra qué medios sociales utilizan sus clientes objetivo y cree una cuenta para su negocio. Los tres medios sociales más conocidos son los siguientes:



Facebook

Es un sitio web que permite que los usuarios compartan información con sus amigos, sus familiares y sus colegas. Las compañías pueden crear páginas en Facebook y compartir materiales que los clientes pueden ver y compartir con sus amigos.



Twitter

Es un sitio web donde los usuarios envían mensajes breves en tiempo real. Las compañías pueden enviar mensajes promocionales para comercializar sus bienes y sus servicios.



LinkedIn

Es un sitio web cuyo fin es establecer la conexión entre profesionales de negocios. Las compañías pueden crear cuentas para sus negocios y unirse a grupos de interés sobre ciertas industrias y profesiones.



PROVEEDORES Y CONTRATACIONES GUBERNAMENTALES: CERTIFICACIONES Y CONTRATOS

Todos los años, la Ciudad de Nueva York recurre a las compañías privadas para que les brinden miles de millones de dólares en suministros, construcción y otros servicios.

Los negocios pueden desarrollarse al convertirse en proveedores de la Ciudad de Nueva York, así como del estado o del Gobierno federal. Pero esto requiere un nivel adecuado de experiencia, capacitación y certificaciones.

A continuación, se incluyen algunas directrices y recursos clave sobre la certificación y la contratación gubernamentales.

REGISTRO DE PROVEEDORES

Para hacer ventas a la Ciudad de Nueva York, los negocios primero deben registrarse como proveedores. Visite el [Portal de información para beneficiarios \(Payee Information Portal, PIP\)](#) en nyc.gov/pip y haga clic en el botón “Activate” (Activar) para empezar.

CERTIFICACIÓN PARA M/WBE

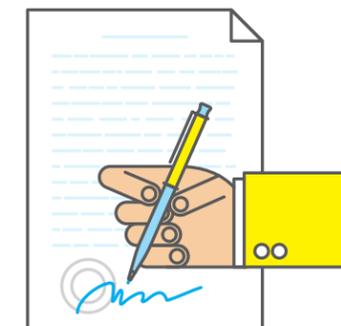
¿Es usted un propietario de negocios del sexo femenino o de otra minoría? Usted podría ser elegible para el Programa de Certificación de la NYC para Empresas de Propiedad de Minorías y Mujeres (Minority and/or Woman-Owned Business Enterprise, M/WBE). La certificación de la NYC para M/WBE ayuda a las firmas a competir por posibles contratos con la Ciudad. Las M/WBE certificadas se conectan con compradores gubernamentales, con otros contratistas y entre sí a través de clases y talleres, eventos para establecer contactos, programas de desarrollo de capacidades y convocatorias específicas para licitaciones y solicitudes de propuesta (requests for proposals, RFP). Para

ser elegible para obtener una certificación de la NYC para M/WBE, un negocio debe estar al menos en un 51 % operado, controlado y bajo la propiedad de ciudadanos estadounidenses o residentes permanentes que sean miembros de un sector minoritario designado, como afroamericanos, hispanos, indioasiáticos y provenientes de la región Asia-Pacífico, o bien, mujeres. Debe haber estado funcionando durante al menos un año y tener, como mínimo, un cliente que no sea un amigo o un familiar. Y debe vender algo que el Gobierno compre; de lo contrario, es posible que no valga la pena dedicar tiempo y esfuerzo para obtener la certificación. Para obtener más información y ver los criterios de elegibilidad completos, visite nyc.gov/getcertified.

CERTIFICACIONES DE LBE Y EBE

Los negocios que funcionan en zonas comerciales históricamente subutilizadas, tal como lo define la U.S. Small Business Administration, pueden ser elegibles para obtener la certificación de empresas locales

(Locally-Based Enterprises, LBE). Los negocios bajo la propiedad, la operación y el control de personas con desventajas sociales o económicas pueden ser elegibles para obtener la certificación de empresas de negocios emergentes (Emerging Business Enterprises, EBE). Al igual que la certificación de la NYC para M/WBE, estas certificaciones permiten un mayor acceso a potenciales contratos con la Ciudad y brindan información sobre estos contratos. Obtenga más información sobre las certificaciones de LBE y EBE en nyc.gov/getcertified.



RECURSOS ADICIONALES

Todos los meses, el SBS ofrece talleres gratuitos de [Selling to Government \(Proveedores y contrataciones gubernamentales\)](#) y [M/WBE Certification \(Certificación para M/WBE\)](#). Visite nyc.gov/nycbusinesscourses y haga clic en “Selling to Government” (Contrataciones Gubernamentales) para buscar un taller cerca de su domicilio y registrarse en él.

¿Necesita ayuda para convertirse en un contratista del Gobierno o para trabajar como tal? Puede obtener asistencia en el Centro de Asistencia Técnica para Compras (Procurement Technical Assistance Center, PTAC) ubicado en la oficina del SBS. Envíe un correo electrónico a bizhelp@sbs.nyc.gov o techassist@sbs.nyc.gov o llame al 311 y diga “Selling to Government” (Proveedores y contrataciones gubernamentales) para ponerse en contacto.

05/

**COMBINANDO
TODAS LAS
PIEZAS**



Poner en marcha y desarrollar un negocio requiere mucho tiempo y trabajo. Pero el éxito de tantos empresarios inmigrantes en la Ciudad de Nueva York deja en claro que esto es posible y prometedor. En nuestra ciudad, la mitad de los propietarios de negocios está compuesta por inmigrantes que buscan tener éxito en cada sector, desde ventas minoristas hasta servicios tecnológicos. Para estos empresarios, las oportunidades de ser los propietarios de un negocio fueron mayores que los riesgos.

Esta guía es un recurso para ayudarlo a crear su oportunidad de negocio y para hacer que tenga éxito. También es un punto de partida. Cada paso incluido en estas páginas requiere su visión y su esfuerzo para completarlo. Pero ningún paso debe tomarse por sí solo. **El NYC Department of Small Business Services está aquí para ayudarlo con servicios gratuitos en cualquier paso de su recorrido.**

RECUERDE ESTOS 15 PUNTOS Y RECURSOS CLAVES DE ESTA GUÍA.

1/

Usted tiene derechos definidos como neoyorquino inmigrante.

Recurso: Obtenga más información sobre la asistencia legal gratuita en su idioma en nyc.gov/immigrants.

2/

Evalúe sus habilidades, sus capacidades y los recursos disponibles antes de iniciar un negocio. Establezca un plan para abordar los desafíos.

Recurso: Para recibir orientación sobre esta evaluación, el SBS ofrece un taller gratuito llamado "10 Steps to Starting a Business" (10 pasos para iniciar un negocio). Visite nyc.gov/nycbusinesscourses y haga clic en "Business Planning and Operations Courses" (Cursos de planificación de negocios y operaciones) para buscar un taller cerca de su domicilio.

3/ **Investigue sobre su mercado y sobre sus clientes objetivo. Asegúrese de que su negocio se adapte al mercado en la actualidad y en el futuro. El éxito de una buena idea de negocio se mide según su demanda.**

Recurso: Si está decidido a abrir un pequeño negocio, el SBS ofrece una serie de talleres que lo ayudarán a entender su mercado, a sus clientes objetivo y mucho más. Visite nyc.gov/fasttrac y haga una solicitud para el programa **FastTrac® New Venture** del SBS.

4/ **Elabore un plan de negocios detallado que pueda guiar el desarrollo de su negocio paso a paso. También debería garantizar con pruebas que su negocio tendrá éxito.**

Recurso: Revise las preguntas en la página 16 para pensar en lo que necesitará para su plan de negocios. Para obtener ayuda gratuita con la planificación de sus negocios, visite un Small Business Development Center cerca de su domicilio, cuya ubicación encontrará en nyssbdc.org/locations.html.

5/ **Ponga en orden sus finanzas personales, especialmente, sus créditos, antes de pensar en las finanzas de su negocio.**

Recurso: La Ciudad ofrece asesoramiento gratuito para ayudarlo a afrontar deudas, mejorar su crédito, abrir una cuenta bancaria y más. Para obtener ayuda, llame al 311 y diga “Financial Counseling” (Asesoramiento financiero).

6/ **Si necesita financiamiento para su negocio, primero sepa exactamente cuánto dinero necesitará, por qué lo necesitará y cómo lo devolverá.**

Recurso: Use el Ejercicio 2 (página 23) de este conjunto de herramientas para calcular sus costos de puesta en marcha y piense en cómo los justificará y los devolverá.

7/ **Elabore un plan para evitar la escasez de dinero en efectivo (un problema importante que suele conducir al cierre de un negocio).**

Recurso: Use el Ejercicio 3 (página 24) de este conjunto de herramientas para crear un estado de flujo de caja.

8/ **Cada fuente de financiamiento para un negocio conlleva sus propios riesgos y beneficios. Investigue y prepárese para cada opción, especialmente si se trata de sus ahorros personales.**

Recurso: Para solicitar ayuda con la obtención de financiamiento para su negocio, el SBS ofrece talleres gratuitos llamados “Business Finance Roadmap” (Guía para el financiamiento de un negocio). Visite nyc.gov/businesscourses y haga clic en “Financing and Accounting Courses” (Cursos de financiamiento y de contabilidad) para buscar un taller cerca de su domicilio.

9/ **No existe una sola estructura legal que sea la mejor para cada negocio. Tenga una idea clara de cuánto riesgo podrá soportar y de cuánta flexibilidad desea para su negocio.**

Recurso: Para obtener ayuda legal gratuita respecto de la estructura de negocios, comuníquese con un administrador de cuentas del SBS. Visite nyc.gov/businesssolutions y haga clic en “CONTACT” (CONTACTO). O llame al 311 y pregunte por “NYC Business Solutions”.

10/ **Antes de revisar un contrato de arrendamiento, obtenga información sobre el espacio comercial en el que está interesado y visítelo. Cuando esté listo, revise el contrato de arrendamiento con un abogado antes de firmarlo. No confíe en que el contrato de arrendamiento será convencional o justo.**

Recurso: Para obtener más información sobre el arrendamiento comercial, asista al taller gratuito “Signing a Commercial Lease: What You Need to Know” (Firmar un contrato de arrendamiento: lo que necesita saber) del SBS. Visite nyc.gov/nycbusinesscourses y haga clic en “Business Planning and Operations Courses” (Cursos de planificación de negocios y operaciones) para buscar un taller cerca de su domicilio.

11/ **Antes de empezar, tenga una idea clara de todas las regulaciones gubernamentales para su negocio y revíselas regularmente para asegurarse de que no esté violando ninguna.**

Recurso: Para obtener recursos sobre las regulaciones para negocios, visite nyc.gov/business. Para obtener orientación personal de un administrador de clientes del SBS, envíe un correo electrónico a businesshelp@sbs.nyc.gov o llame al 212.618.8810 para programar una cita.

12/ Cree una marca deliberada para su negocio que cubra las necesidades de sus clientes. Intente que sea distintiva para que lo diferencie de la competencia.

Recurso: Para comenzar con su estrategia de mercadeo, el SBS ofrece talleres gratuitos de "Marketing 101" (Introducción al mercadeo). Visite nyc.gov/businesscourses y haga clic en "Marketing and Technology Courses" (Cursos de mercadeo y de tecnología) para buscar un taller cerca de su domicilio.

13/ Descubra cómo sus clientes objetivo se enteran de la existencia de negocios como el suyo. Priorice las estrategias de mercadeo que usará para llegar a ellos. Tenga en cuenta el alcance y los gastos de cada estrategia.

Recurso: Para perfeccionar su estrategia de mercadeo, el SBS ofrece talleres gratuitos de "Mastering Marketing" (Dominio del mercadeo). Visite nyc.gov/businesscourses y haga clic en "Marketing and Technology Courses" (Cursos de mercadeo y de tecnología) para buscar un taller cerca de su domicilio.

14/ Desarrolle un sitio web y la presencia en los medios sociales para su negocio. Internet es fundamental para que los clientes busquen y elijan negocios donde comprar.

Recurso: Para aprender a desarrollar un sitio web o a usar los medios sociales para su negocio, asista a los talleres gratuitos "Website Fundamentals" (Aspectos fundamentales de un sitio web) y "Social Media Fundamentals" (Aspectos fundamentales de los medios sociales) del SBS. Visite nyc.gov/businesscourses y haga clic en "Marketing and Technology Courses" (Cursos de mercadeo y de tecnología) para buscar un taller cerca de su domicilio.

15/ Determine si su negocio se beneficiará de realizar ventas al Gobierno. Hay certificaciones disponibles para propietarios de negocios que pueden facilitar un mayor acceso a las oportunidades de celebrar contratos con el Gobierno, así como información sobre ello.

Recurso: Todos los meses, el SBS ofrece talleres gratuitos de Selling to Government (proveedores y contrataciones gubernamentales) y M/WBE Certification (certificaciones para M/WBE). Visite nyc.gov/selltogovt para inscribirse en un taller cerca de su domicilio.



NYC
Office of the
Mayor

Small Business
Services

Gregg Bishop
Commissioner

citi[®]

CitiCommunityDevelopment.com

nyc.gov/immigrantbusinesses

