

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

para emprendedores online



Cárdenas-Pérez Alisva
Chango-Galarza Mariela
Mosquera-Santamaría Francisco
Veloz-Jaramillo Marco

Benavides-Echeverría Iralda
Tapia-León Julio
Nasimba-Suntaxi Cristina

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

para emprendedores online



Cárdenas-Pérez Alisva
Chango-Galarza Mariela
Mosquera-Santamaría Francisco
Veloz-Jaramillo Marco

Benavides-Echeverría Iralda
Tapia-León Julio
Nasimba-Suntaxi Cristina

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2023 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2023 Os autores

Copyright da edição © 2023 Atena

Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena

Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial

Ciências Humanas e Sociais Aplicadas

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade de Coimbra

Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
 Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
 Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
 Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
 Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
 Profª Drª Caroline Mari de Oliveira Galina – Universidade do Estado de Mato Grosso
 Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
 Profª Drª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
 Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
 Profª Drª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
 Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
 Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
 Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
 Profª Drª Geuciane Felipe Guerim Fernandes – Universidade Estadual de Londrina
 Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
 Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
 Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
 Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
 Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
 Prof. Dr. Jodeyson Islony de Lima Sobrinho – Universidade Estadual do Oeste do Paraná
 Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
 Profª Drª Juliana Abonizio – Universidade Federal de Mato Grosso
 Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
 Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
 Profª Drª Kátia Farias Antero – Faculdade Maurício de Nassau
 Profª Drª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
 Profª Drª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
 Profª Drª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
 Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
 Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
 Profª Drª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
 Profª Drª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
 Profª Drª Marcela Mary José da Silva – Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
 Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
 Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campina
 sProfª Drª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
 Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
 Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
 Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
 Profª Drª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 aProfª Drª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
 Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
 Profª Drª Sandra Regina Gardacho Pietrobon – Universidade Estadual do Centro-Oeste
 Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
 Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
 Profª Drª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
 Profª Drª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Federal da Bahia / Universidade de Coimbra
 Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
 Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins

Administración financiera para emprendedores online

Diagramação: Natália Sandrini de Azevedo
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Viviana Panchi
Manuel Chenet

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

A238 Administração financeira para emprendedores online /
Alisva Cárdenas-Pérez, Benavides-Echeverría Iralda,
Chango-Galarza Mariela, et al. - Ponta Grossa - PR,
2023.

Otros autores
Tapia-León Julio
Mosquera-Santamaría Francisco
Nasimba-Suntaxi Cristina
Veloz-Jaramillo Marco

Formato: PDF
Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader
Modo de acceso: World Wide Web
Inclui bibliografía
ISBN 978-65-258-0933-5
DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.335232301>

1. Administración financiera. I. Cárdenas-Pérez, Alisva.
II. Iralda, Benavides-Echeverría. III. Mariela, Chango-Galarza.
IV. Título.

CDD 658.1

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora
Ponta Grossa – Paraná – Brasil
Telefone: +55 (42) 3323-5493
www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access*, *desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

En diciembre 2019 recibí la noticia más importante de mi vida, que la había esperado por 7 años: me convertiría en mamá. El embarazo fue complicado por cuanto hubo muchos problemas médicos que impedían que pudiera tener un embarazo “normal”, tuve que hacer reposo absoluto durante todo el proceso de gestación, mismo que transcurrió en medio de la incertidumbre y la crisis sanitaria por la pandemia suscitada por la COVID-19 del año 2020.

Esta situación se vio matizada con un proyecto de emprendimiento que, junto con mi esposo, habíamos empezado en agosto 2019. En octubre de ese mismo año, en Ecuador, ocurrió una de las paralizaciones laborales más fuertes de estos últimos 10 años, cuyas movilizaciones provocaron una pérdida económica sustancial al país en donde los pequeños negocios nos vimos severamente afectados... sobra decir que la pandemia del 2020 fue la estocada final para muchos emprendimientos, que a pesar de intentar varias veces salir a flote y abrir sus puertas, definitivamente sumaron parte de las víctimas mortales en ese momento de crisis sanitaria, económica y por qué no decirlo, social.

En lo mencionado anteriormente, estuvo nuestro negocio, quebró. Nos quedamos con una deuda que bordeaba los 40 mil dólares, con un bebé en camino, un embarazo de riesgo que no era nada barato, el miedo, la tristeza y una sensación de impotencia que no se puede explicar con palabras... quedaría corta... pero que tenía que ver con esa impavidez con la que nuestros gobernantes trataron a los comerciantes, emprendedores y familias ecuatorianas. Es increíble, pero en medio de la crisis se suprimieron partidas presupuestarias de muchos trabajadores del sector público y, esta situación sumada a lo anterior, creó un ambiente social caótico, se buscaba la sobrevivencia, vender lo que se podía a precios ínfimos... una banca sin escrúpulos que aprovechó el momento para hacer refinanciamientos y reestructuraciones crediticias que, en vez de ayudar a sus clientes o socios, los endeudaba más. No hubo piedad para el sector comercial, quienes se enriquecieron en esta crisis fueron los negocios dedicados a la salud: clínicas, laboratorios, farmacias, entre otros.

Por eso es que, conocedora de que la única forma de cambiar la realidad es HACIENDO, decidí formular un proyecto de vinculación con la sociedad en donde junto a mis 6 colegas, amigos y compañeros de trabajo pudiéramos apoyar al Sector Artesanal y emprendedores mediante la educación virtual, gracias a Iralda, Mariela, Cristina, Julio, Francisco y Marco por apoyar este proyecto. De forma especial agradezco al Sr. Manuel Piña, Presidente de la Junta Provincial de Defensa del Artesano de Cotopaxi por permitirnos colaborar con nuestros

conocimientos, a los Artesanos de la teja, en la Parroquia La Victoria del Cantón Pujilí, Cotopaxi, Ecuador, por su apertura para poder obtener la información necesaria que nos ayudó a formular los temas para capacitación.

Que nunca veamos a otra persona como nuestra salvadora, nosotros somos los hacedores de nuestro presente y futuro, estudiar es bueno, pero aplicar el conocimiento es mejor aún. Tengo fe que podemos hacer un cambio, tengo fe que a pesar de las circunstancias externas que no podemos controlar sí está en nosotros esforzarnos y hacer que los cambios sucedan, pero debemos tomar acción.

Que este libro y el curso GRATUITO impartido mediante las plataformas de Youtube y FBLive sea una fuente de apoyo y consulta para que apliquen en sus negocios y juntos podamos salir de este ciclo económico difícil. Recuerden que después de un final, siempre está la grandiosa oportunidad de un nuevo comienzo.

Alisva Cárdenas-Pérez
Directora del Proyecto de Vinculación con la Sociedad
“Entrepreneur Artesanal. Reactivación Económica, Turística y
Productiva mediante la preparación académica virtual a los Artesanos de la
provincia de Cotopaxi”

Queremos agradecer a nuestras familias por su apoyo incondicional en todas las actividades de investigación y vinculación con la sociedad que como grupo de trabajo hemos podido mentalizarlas, ejecutarlas y llevarlas a feliz término, sin el apoyo familiar sería imposible hacer todo esto y ayudar a muchas personas que necesitan de estos conocimientos para mejorar sus negocios y calidad de vida.

Expresamos nuestro agradecimiento a nuestras comunidades universitarias en las Instituciones Educativas de Educación Superior: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Universidad Técnica de Cotopaxi e Instituto Superior Tecnológico España, por su apoyo para la publicación de este libro académico resultante del proyecto de vinculación con la sociedad: “Entrepreneur artesanal. Reactivación Económica, Turística y Productiva mediante la preparación académica virtual a los Artesanos de la provincia de Cotopaxi”

Finalmente, expresamos nuestro agradecimiento a los más de 1300 participantes beneficiarios de la preparación académica impartida de forma virtual, a nuestros 200 estudiantes de las 6 carreras universitarias que apoyaron esta labor titánica y a toda la gente cuyas sugerencias fueron de gran ayuda para mejorar el material impartido y que hoy se ha convertido en un libro académico, esperamos que sea aprovechado por todos quienes deseen aprender y llevar a la práctica la contabilidad, tributación, finanzas personales, y marketing digital para mejorar sus emprendimientos y conseguir un mejor nivel de ventas.

¡Buen viento y buena mar para todos!

¡Juntos podemos reactivar nuestra economía!

Alisva, Iralda, Mariela, Cristina, Julio, Francisco y Marco.

DEDICATORIA

Dedicado con especial cariño a nuestros esposos, esposas, hijos, Padres, Madres y hermanos, por cuanto son nuestra razón para hacer todas las cosas que nos llevan a dar más de lo que en nuestros trabajos nos piden.

A nuestros estudiantes y comunidades universitarias por ser nuestros fieles seguidores y compañeros en el camino de la construcción del conocimiento.

Finalmente, a todos los emprendedores que cada día superan sus propios miedos y logran derribar sus murallas mentales para lograr el éxito.

Que Dios sea el principio y fin en todo.








La Administración Financiera es tan importante como saber qué negocio crear. Conocer el proceso de costeo de un producto o servicio, obligaciones tributarias, estrategias para atraer clientes, formas de hacer que el conocimiento genere ingresos, gestionar las redes sociales para mejorar las ventas y manejar un flujo de efectivo que permita hacer frente a las obligaciones de corto plazo se convierte en el esqueleto de un negocio.

Este libro tiene la intención de ser un pilar del conocimiento en el que los emprendedores aprendan de forma teórica y práctica algunos aspectos importantes que se deben considerar al momento de iniciar en el mundo del emprendimiento.

La pandemia por la COVID-19 estableció una nueva forma de hacer negocios, en donde la virtualidad ganó terreno, si los emprendedores no están a la altura de competir en ese nuevo escenario, entonces, están condenados a la desaparición de sus negocios.

Este libro es el esfuerzo de un grupo de siete Profesores Universitarios que, en estos tiempos de incertidumbre, hemos querido aportar con nuestro granito de arena para que más emprendedores puedan reactivarse económicamente y ver la luz al final del túnel.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1	1
GESTIÓN DE COSTOS PARA EMPRENDIMIENTOS	
Iralda Eugenia Benavides-Echeverría	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.3352323011	
CAPÍTULO 2	23
TRIBUTACIÓN ESPECIAL PARA EMPRENDEDORES Y NEGOCIOS POPULARES	
Mariela Cristina Chango-Galarza	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.3352323012	
CAPÍTULO 3	46
TÉCNICAS CREATIVAS PARA GENERAR IDEAS DE NEGOCIO	
Julio César Tapia-León	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.3352323013	
CAPÍTULO 4	76
EMPRENDIMIENTOS: ¿CÓMO CAUTIVAR EL TURISMO HACIA EL NEGOCIO?	
Cristina Maribel Nasimba-Suntaxi	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.3352323014	
CAPÍTULO 5	97
APRENDER A EMPRENDER: MONETIZAR TUS CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA	
Alisva de los Angeles Cárdenas-Pérez	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.3352323015	
CAPÍTULO 6	120
GESTIÓN DE LAS REDES SOCIALES PARA AUMENTAR VENTAS	
Francisco Javier Mosquera-Santamaría	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.3352323016	
CAPÍTULO 7	142
CURSO BONUS: EXCEL PARA PEQUEÑOS NEGOCIO	
Marco Antonio Veloz-Jaramillo	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.3352323017	
SOBRE LOS AUTORES.....	171

APRENDER A EMPRENDER: MONETIZAR TUS CONOCIMIENTOS Y EXPERIENCIA

Data de aceite: 14/11/2022

Alisva de los Angeles Cárdenas-Pérez

SER EMPRENDEDOR

Según (Kubicki, Grzegorz et al., 2017) Ser emprendedor se ha transformado en algo loable y positivo, en lo personal y social. Los emprendedores son los nuevos héroes de la sociedad, ser emprendedor es una actividad apreciada por la autorrealización que provoca y por su aporte a la sociedad. Como consecuencia de este impulso, naturalmente la tasa de emprendimiento es muy elevada, sin embargo, el fracaso de nuevos productos y/o servicios es muy elevado y la supervivencia de las nuevas organizaciones es inmensamente baja, originando muchas frustraciones, reveses y errores.

Lo primero que debes saber, es que no es necesario tener experiencia previa, ni conocimientos certificados sobre el tema, solo se trata de tener una buena actitud y entusiasmo para llevar a cabo cualquier idea de negocio.

- La motivación es un factor clave para el éxito en el mundo de emprendimientos.
- Sé paciente, esto es clave cuando se empieza un emprendimiento, ya que la perseverancia es imprescindible para superar obstáculos y no rendirse en el camino.
- Mantén tu energía siempre alta, esto es necesario para llevar las distintas tareas empresariales.
- Siempre mantente al tanto de nuevas ideas y tendencia, recuerda que un emprendedor solo necesita una buena idea para llegar a alcanzar el éxito.
- Planifica, un emprendedor debe ser organizado, de este modo podrá desarrollar estrategias de negocios viables, en los proyectos empresariales.

Los tipos de emprendedores

Al igual que existen muchos tipos de personas y muchos tipos de ideas

existen también muchos tipos de personas emprendedoras. Algunos de estos tipos son los siguientes

- **Emprendedores sociales.** - Crean proyectos para mejorar el mundo a partir de la solidaridad.
- **Emprendedores culturales.** - Crean proyectos relacionados con la cultura en los que aprendemos, al mismo tiempo que nos divertimos.
- **Emprendedores artistas.** - Dan salida a sus inquietudes artísticas y las comparten con los demás.
- **Intraemprendedores.** - En lugar de crear su propio negocio, innovan dentro de su propia empresa. Como Borja Lizari, de Kiro Robotics, que desarrolló un sistema para que unos robots pudieran administrar medicación intravenosa de forma más eficiente. En lugar de crear su propio negocio, innovan dentro de su propia empresa.
- **Emprendedores de negocio.** - Son personas que imaginan un bien o servicio que es nuevo o mejor que los que ya existen y deciden hacerlo realidad.

¿Montamos negocios para hacernos ricos?

A menudo escuchamos la idea de que los emprendedores solo quieren hacerse ricos. Sin embargo, las personas que solo piensan en el dinero son las que, probablemente, nunca crearán ningún negocio de éxito.

¿Por qué? Porque es muy difícil realizar el enorme esfuerzo de montar una empresa si no amamos y creemos en lo que hacemos. Si no disfrutamos del camino y tan solo queremos el dinero, seguramente nos faltará la energía, la voluntad y la ilusión para hacerlo realidad.

No todos los emprendedores tienen estudios superiores, pero todos tienen hambre por aprender.

En la película El indomable Will Hunting, Matt Damon, protagonista y guionista de la película, decía «No tires 150.000 dólares en una educación que podrás obtener gratis leyendo en una biblioteca pública». Matt Damon abandonó Harvard, quizás la mejor universidad del mundo. Se dedicó a visitar los museos y las bibliotecas y se convirtió en un gran escritor, guionista y actor.

Los caminos del emprendimiento

¿Qué es lo que lleva a una persona a emprender un negocio? Como hemos visto antes, no hay un único camino. Depende de la personalidad, las circunstancias, la forma de pensar o las experiencias del emprendedor. Pero podemos mostrarte algunos ejemplos:

El oportunista

Erik Finman invirtió hace unos años su regalo de cumpleaños en bitcoins. Hoy valen más de un millón de dólares. Una oportunidad que ocurre una vez en la vida.

El visionario

Elon Musk, un soñador que de pequeño quería viajar a Marte y ahora vende viajes espaciales y coches eléctricos. Es el fundador de Tesla o PayPal, ¿las conoces?

El vocacional

Ceferino Trabadelo, tras fracasar en varios negocios, nunca se rindió. Hoy vende carnes en restaurantes de toda España con su empresa Trasacar.

La especialista

Ruth Suárez no era muy buena estudiante en el colegio, pero se marchó a Inglaterra a estudiar canto y hoy tiene una escuela por Internet llamada Encantar con tu voz.

El negociador

Un día, navegando por foros de Internet, Darek encontró un mensaje de alguien que buscaba una nave espacial para el juego Star Citizen por la que estaba dispuesto a pagar 100. Y otro, de alguien que lo vendía por 80.

Tarea 1

Lectura: El negocio del siglo XXI – Roberth Kiyosaki con 6 hojas al día de lectura de este libro que no le lleva más 10 minutos las personas serán capas de enriquecerse mentalmente y romper paradigmas gracias a este libro.

El escritor Robert Kiyosaki muestra en el libro “El negocio del siglo XXI” lo que es el marketing en red y cómo utilizarla para construir ingresos y asegurar una riqueza constante. ¿Le gustaría tener dinero adicional hacia el final del mes? ¿Cansado de pasar la mayor parte de tu tiempo trabajando para una organización que no te reconoce? ¿Te gustaría empezar un negocio, pero no tienes el dinero o la información para hacerlo realidad? Simplemente no te preocupes, el negocio del siglo 21 no necesita enormes especulaciones o información de alto nivel para entrar en el negocio y montar su independencia financiera.

Contestar el test de control de lectura

1. ¿El marketing en red es una de las alternativas para que las personas tengan ingresos que le permitan subsistir de manera independiente?

Verdadero

Falso

2. ¿Cree que es importante aprovechar el Talento que usted posee?

Si

No

3. ¿Para tener éxito en redes de mercadeo hay q ser un experto vendedor?

Verdadero

Falso

4. Trabajar para construir tu propia fortuna y la de tu jefe

Verdadero

Falso

5. Debemos Apuntar al Cuadrante de:

Empleado

Auto Empleado

Dueño del Negocio

Inversionista

Todas las anteriores: Experimentar por uno mismo todos los cuadrantes nos permitirá triunfar en el futuro.

Formulario para Tarea1

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeZA9TwulrR7D23f7SxIFLC5A48YD5ffAMTQCgEIVJbtJnGgg/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=\(Comente\)](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeZA9TwulrR7D23f7SxIFLC5A48YD5ffAMTQCgEIVJbtJnGgg/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=(Comente))

GUIA 2

Autoconocimiento

Autoconocimiento es un concepto muy usado en la psicología y en el ámbito de desarrollo personal en referencia a la capacidad de introspección que tiene una persona para reconocerse como un individuo y para diferenciarse de los demás. En este sentido, el autoconocimiento ayuda a la construcción de una identidad personal.

El autoconocimiento es un proceso reflexivo en el cual una persona adquiere noción de su yo, de lo que lo caracteriza, de sus cualidades y defectos, de sus limitaciones, necesidades, aficiones y temores.

El autoconocimiento, como tal, tiene varias fases:

- **Autopercepción:** es la capacidad de percibirnos a nosotros mismos como individuos con un conjunto de cualidades y características diferenciadoras.
- **Autoobservación:** implica el reconocimiento de nosotros mismos; de nuestras conductas, nuestras actitudes y las circunstancias que nos rodean.
- **Memoria autobiográfica:** es la construcción de nuestra propia historia personal.
- **Autoestima:** se refiere a la valoración que cada uno siente hacia sí mismo.
- **Autoaceptación:** supone la capacidad del propio individuo de aceptarse tal cual es.
- Atravesar todo el proceso de autoconocimiento, nos permite comprender y reconocer quiénes
- somos, lo cual es el inicio para aprender a valorarnos y querernos como personas.
- El autoconocimiento es la base de nuestra autoestima, que a su vez es fundamental en nuestra relación con nosotros mismos y con las demás personas.
- A este respecto, un antiguo aforismo griego dictaba “conócete a ti mismo”, pues consideraba que esta era la base para acceder a la sabiduría.

¿Qué es la autoestima?

Es la fe que cada persona tiene de sí misma. Es la percepción del propio valor, habilidades y logros, la visión positiva o negativa que se tiene de uno mismo.

¿Cuál es la importancia de la autoestima?

Cuando uno se conoce, es decir, cuando sabe lo que puede hacer con mayor o menor facilidad, cuando se acepta a sí mismo con sus defectos y virtudes, puede aceptar a los demás, tal como son. Hay personas que constantemente tratan de demostrar que son fuertes, que no tienen mucho miedo, que no les importa lo que opinan los demás, además, se muestran como muy atrevidas. Estas personas probablemente tienen en realidad, una baja autoestima y tratan así de ocultarlo. La autoestima positiva produce seguridad en uno mismo y esto influye en el comportamiento.

Lograr una autoestima positiva implica un proceso de crecimiento personal.

Tarea 2

El principal objetivo de esta tarea es que te sirva de base para promover la reflexión y, por tanto, que se convierta en un recurso para trabajar el autoconocimiento. Las preguntas

están planteadas “en general” y el tipo de respuesta es cuantitativo. Sin embargo, puedes utilizar el contenido de cada ítem, como punto de partida, para hacer un análisis cualitativo personalizado.

También puedes utilizar el cuestionario, para hacer autovaloraciones periódicas de los avances que consigues en tu proceso de crecimiento personal. Y, finalmente, puedes pedir a una persona significativa que lo conteste y valorar el grado de acuerdo que hay entre los dos.

HABILIDAD o CAPACIDAD	¿En qué grado tienes la habilidad? (Valorar del 1 al 10) 1 = casi nada 5 = punto medio 10 = dominio completo	¿Con qué frecuencia utilizas la habilidad en la vida cotidiana? (Valorar del 1 al 10) 1 = casi nunca 5 = el 50% de las veces en que es posible hacerlo 10 = siempre
Mantener el autocuidado personal (relajarse, disfrutar del tiempo, separar la vida laboral de la vida privada, etc.).		
Mantener el autocontrol emocional en situaciones de estrés		
Identificar las propias limitaciones personales.		
Asumir las propias limitaciones personales.		
Mantener una actitud positiva ante los problemas o dificultades.		
Identificar los miedos o “fantasmas” personales.		
Expresar emociones personales tanto positivas como negativas.		
Responder de forma constructiva cuando otras personas expresan enfado, ira, rabia hacia ti.		
Controlar las propias reacciones cuando otras personas expresan emociones dolorosas o problemas graves.		
Actuar en la línea que señalan mis valores personales.		

Tabla 1: Test de autoconocimiento

Formulario para Tarea2

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc_AZabnD1_om5VFAOw9jOzyX4rx-LFcl-cCnwCW2piD6O80w/viewform?usp=pp_url&entry.148327782=\(Comente\)](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc_AZabnD1_om5VFAOw9jOzyX4rx-LFcl-cCnwCW2piD6O80w/viewform?usp=pp_url&entry.148327782=(Comente))

GUIA 3

Talentos naturales y aprendidos

Concepto de Talento

Talento es la capacidad que una persona tiene de hacer algo que disfruta mucho y compartirlo con los demás, de realizar o practicar una acción. Suele considerarse como un potencial. Es como si un individuo tuviera una progresión de cualidades o aptitudes que pueden crearse en función de unos factores que pueden desempeñar.

Talentos naturales o innato

Cada individuo viene al mundo con alguna (o algunas) habilidades, es decir, tiene alguna capacidad particular que normalmente se le da muy bien, ya que no necesita mucho esfuerzo para ser bueno en ello. Este tipo de habilidad se denomina talento natural o intrínseca, ya que viene dada por el legado genético de la persona. Pero no todas las personas poseen un talento natural.

Analogía del talento natural

Si acudimos a una guardería, donde localizamos a niños menores de 3 años, y les echamos un vistazo, podemos ver rápidamente el valor de los dones naturales (Talento Innato) de un número importante de ellos. Podemos distinguir al líder, el joven que es seguido por el resto de infantes, también podemos reconocer a la persona mediadora de, la persona que, cuando dos alumnos se pelean por un juguete, interviene entre ellos con el objetivo de que haya armonía. Si seguimos observando, distinguiremos a los individuos que se distinguen por sus capacidades físicas o melódicas o escolares. Estos niños no tienen ni idea de lo que son los procedimientos de administración, ni han oído la palabra conflicto, pero inmediatamente cada uno de ellos tiene formas específicas de comportarse experimentando la misma situación. (Mesa,2021).

Talento Adquirido

Algunas habilidades nos vienen dadas por nuestro código genético, pero esto no implica que sean las únicas que tenemos a lo largo de nuestra vida. Hay diferentes capacidades que iremos consiguiendo y creando a medida que las trabajemos y las ejercitemos de forma persistente, esto se conoce como: Talento Adquirido.

Estos dos tipos de habilidad acompañarán a cada persona a lo largo de su vida, y pueden trabajarse mediante el estudio y la práctica. Lo que separa el talento natural del talento adquirido es que la última opción debe ser trabajada continuamente, de lo contrario podríamos perder esta habilidad obtenida probablemente después de algún tiempo. Si durante un largo periodo de tiempo dejamos de ensayar la habilidad adquirida, en cuanto volvamos a practicarla nos daremos cuenta de que hemos perdido experiencia y nos costará mucho volver al nivel que teníamos. Sin embargo, experimentando lo mismo, el

talento natural no se reduciría de forma similar, ni con una fuerza parecida, y sería más sencillo alcanzar el mismo nivel de destreza que teníamos cuando dejamos de practicar (Mesa,2021).

Para las organizaciones talento natural o talento adquirido

¿Qué interesa más a su recurso humano, el talento natural o adquirido? La respuesta es clara: lo que marca la diferencia es la habilidad/talento que es viable y conlleva ventajas para la asociación, ya sea adquirida o innata, significativamente, el individuo la tiene y puede utilizarla productivamente en la empresa.

Muchos individuos no encuentran cuáles son su talento natural, por lo que, a pesar de tenerlas, si no las han trabajado, creado y desarrollado, no sirven de mucho, esa habilidad se queda desaprovechada. De ahí que los talentos naturales y adquiridos deban ser tratadas para ser convincentes. El hecho de que alguien venga al mundo con “potencial de administración” no implica que este individuo vaya a ser un extraordinario líder administrador más adelante. Si esta capacidad no se encuentra, no se prepara lo suficiente y no se trata con firmeza, no progresará efectivamente. Un modelo razonable es el de los competidores de clase mundial, que llegan a ese nivel porque tienen una habilidad característica que alguien ha encontrado, y gracias a un mentor extraordinario, un programa de enseñanza adecuado, una tonelada de trabajo difícil y enormes dosis de sacrificio por las propias necesidades y, sobre todo, de entusiasmo, descubren cómo destacar en su disciplina.

Regla de las 10.000 horas

En el caso de que nos centremos en la capacidad educada, hay un libro disponible de Malcolm Gladwell titulado *Outliers. The story of success* (Los fuera de serie. La historia del éxito). La narrativa del progreso, en el que forma la regla de las 10.000 horas, que expresa que, para lograr la grandeza en una determinada disciplina, un individuo debe reunir 10.000 horas de formación en esa pericia, lo que significaría dedicar 40 horas semanales durante mucho tiempo. Tras 10.000 horas, el nivel alcanzado sería el de un especialista. Alguien puede no venir al mundo con una habilidad innata, sino que puede convertirse en un especialista dedicándole tiempo y trabajo.

Reconoce tu talento Natural

En el libro “Psicología de Ventas”, Brian Tracy ofrece algunas reglas para reconocer un talento natural o innata que puede ayudarnos a distinguir nuestros dones:

- Un talento innato es algo que aprecias hacer y cuando no estás haciendo esa actividad puedes estar pensando en ello.
- Una habilidad natural es algo que retiene tu concentración totalmente, es algo en lo que te empapas de forma excepcional y puede que pierdas la noción del

tiempo.

- Es algo que te encanta aprender y sientes el ansia de mejorar en ello mientras sigues con la vida.
- Es algo de lo que te encanta hablar.
- Es algo que no es difícil de aprender y sencillo de hacer.

La transmisión de las habilidades como herencia hereditaria es una realidad demostrada por la vida práctica. Sin embargo, esto tiende a suceder con el talento innato mas no con el aprendido.

Formulario para Tarea3

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScS_00ACGbaeO0XuukigZCAHNTgweSWldAmwGvYAnw2mgWQEw/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=\(Comente\)](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScS_00ACGbaeO0XuukigZCAHNTgweSWldAmwGvYAnw2mgWQEw/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=(Comente))

Tarea 3

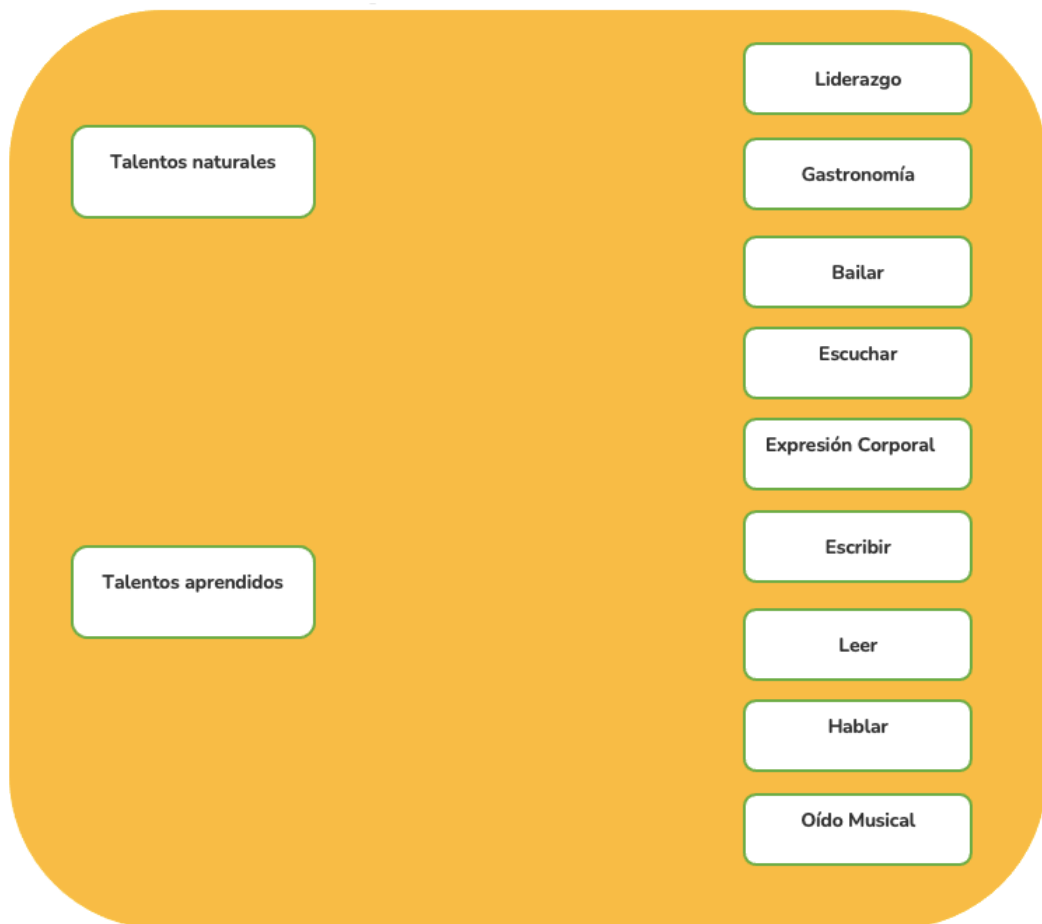


Figura1: Talentos naturales o aprendidos. .

Resolución:



Nota: Para esta actividad se debe relacionar la columna de talento naturales y talento aprendido con la actividad. Por Equipo de Trabajo,2022.

GUIA 4

¿Qué te apasiona?

Significado de pasión

La pasión es algo más sencillo de ver que definir con palabras. Podríamos describirlo como esa fuerza que nos persuade a levantarnos cada día con ganas de empezar la jornada. Según una definición distribuida en un artículo del Foro Económico Mundial, el entusiasmo es: “ Una fuerte inclinación hacia una actividad de auto-definición que las personas aman, consideran importante y en las que dedican grandes cantidades de tiempo y energía “. En otras palabras mas simple podemos decir que siente pasión o inclinación vehemente por algo o alguien (García, 2016).

Todas las creaciones, obras, divulgaciones, victorias, logros, etc., son impulsadas por esa inclinación/energía que creamos cuando lo que hacemos nos interesa. Esa es la razón por la que para satisfacer efectivamente nuestras fantasías debemos hacerlo con pasión. Es importante también porque aumenta la autoestima y crea una mejor versión de tu persona. La pasión es tan significativa para nuestras acciones que la misma funciona como una inspiración y proporciona un rumbo a nuestras vidas, nos ayuda hacer las cosas mejora y más rápido, es decir, debido al entusiasmo pasión trabajamos en nuestra eficiencia.

Busca aquello que te Apasione

En la vida no necesariamente podemos hacer todo lo que nos gusta, a la larga debemos trabajar más para acercarnos a nuestros objetivos. En esos eventos, debemos buscar lo positivo; lo que nos gusta de esa acción, la justificación de por qué la estamos haciendo y de ahí tener la opción de apasionarnos con ella y afrontarla de la manera más idónea.

En el momento en que podríamos prescindir de algo, no estamos intrigados o no tenemos interés para ello, hacerlo es generalmente aburrido. Sin embargo, cuando estamos apasionados sobre algo, lo hacemos con entusiasmo y una tonelada de apoyo, el tiempo incluso transcurre rápidamente, por lo que ser entusiasta acerca de nuestros ejercicios diarios y nuestras metas es significativo.

¿Cómo rentabilizar tu conocimiento?

Se habla mucho de encontrar tu pasión “la búsqueda de un propósito”, “el seguimiento de su motivación”, “usted necesita para hacer y trabajar en lo que mas le guste

Lo que, es más, realmente esto es algunas de las veces una pieza desconcertante. No es el caso sencillo de tener claro y sustancialmente menos que lo que te gusta tanto es algo de lo que puedes hacer un negocio. La monetización es la acción o efecto de un proceso o bien que es convertida en dinero

Ya que hay que conceder que, por mucho que lo necesitemos, hay ámbitos y

convocatorias en las que adaptar tu pasión es extremadamente difícil. En cualquier caso, esto no implica que todo esté perdido. Más allá de tu pasión primaria, que puede ser cualquiera, dentro de tu mente hay bastante más información que puedes adaptar. Todos tenemos algo que ofrecer al mundo y tenemos habilidades extraordinarias que nos hacen destacar. Simplemente debes encontrar esa convergencia entre lo que amas y lo que sabes hacer.

Monetiza tu conocimiento mediante Herramientas Online

La web y las herramientas en línea han trabajado significativamente con la apropiación y la oferta de cualquier producto o servicio. Una de esas herramientas puede ser crear un blog para ello puede utilizarse el siguiente enlace www.blogspot.com en el cual puedes escribir a tu manera aquello que te apasiona no es recomendable en un blog escribir sobre chismes y mentiras sobre terceras personas.

A pesar de que, obviamente, puedes agrupar tu conocimiento y proponerla a través del marco tradicional, en el que tenías una tienda, y tu mercado acudía a ti para contratarte y completar la compra, las cosas han cambiado. Este procedimiento, profundamente estimado y productivo durante bastante tiempo, está actualmente obsoleto.

Ha llegado el momento de explotar las nuevas innovaciones que trabajan con la nueva tecnología y la sistematización de la venta de su conocimiento. A pesar de que tu presencia es importante dependiendo del tipo de producto o servicio que vendas, ya no necesitas estar presente en muchos de ello, y suponiendo que debas estar presente puedes hacerlo a distancia. Utiliza aparatos, por ejemplo, de videoconferencia o cobros en línea. Da rienda suelta a tu mente creativa. Existen numerosas formas de explotar tu experiencia e información y, posteriormente, conseguir nuevos tipos de ingresos para tu negocio o incluso crear otro negocio en torno a él (Moyano, 2015).

Tarea 4

Crea un blog en www.blogspot.com .Sube la dirección de tu blog en el cuestionario de la actividad

Formulario para Tarea3

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScgFeU7sN_0ZVp0v_9uofYZ65S1WeM6P78aW2NOnVedJPI5A/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=\(Comente\)](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScgFeU7sN_0ZVp0v_9uofYZ65S1WeM6P78aW2NOnVedJPI5A/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=(Comente))

GUIA 5

Nicho de mercado

Concepto

Es un segmento de mercado que está conformado por un grupo de personas con características y necesidades de consumo similares, también se lo conoce como un

segmento pequeño pero rentable, por ello, necesita de una atención enfocada, pues es un grupo de consumidores específico (Chiriros, 2011, pp.02-03).

Según Chiriros (2011) afirma que, un nicho de un mercado “Es la fracción de un segmento de un mercado extenso, por ello, cada nicho de mercado posee algunas características similares a las del segmento de donde proviene, pero también presenta algunas particularidades que la distinguen de otros nichos” (p.02).

Importancia

Un nicho es importante, ya que el mercado puede llegar a ser muy grande y se debe limitar algo en específico, para garantizar que todos los recursos que se hayan invertido en el negocio, incluyendo tiempo, dinero y mano de obra, para que se transformen y sean reconocidos de los consumidores y puedan convertirse en ventas e ingresos para la empresa, por ello se establece desde el nicho más pequeño hasta lo más grande. (Moreira, 2019, p.05)

Descubrir nicho

En la actualidad se han ido creando diversas plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, Telegram, dando lugar a Facebook como la plataforma que más se usa para conocer a que nicho pertenece un negocio, pues permite encontrar personas conocidas, interactuar con ellas, participar en grupos que discuten temas de interés, compartir contenido como imágenes, texto, vídeo, ya sea en modo personal o comercial, enviar y recibir mensajes, hacer contactos, realizar búsquedas, hacer anuncios, en base a gustos, preferencias, relacionados con el tema del mercado en el cual se encuentre, por ello se debe considerar el stalkear grupos de Facebook y buscar unirse a uno de ellos, pues tienen necesidades específicas y parecidas; por lo general, consisten en deseos muy particulares, por lo cual este grupo está dispuesto a pagar un valor adicional para adquirir el producto o servicio que cumpla con sus posibilidades. (Chiriros, 2011, p.03)

Características de los nichos de mercado

Conocer las características de un nicho de mercado es muy importante por ello se debe tomar en cuenta los siguientes consejos:

- Los consumidores que pertenecen a un nicho tienen mayor probabilidad de compra y están dispuestos a pagar lo necesario por saciar su necesidad.
- El número de empresas o negocios que pueden saciar un nicho de mercado no es elevado, por lo que no existe un gran nivel de competencia.
- Suelen conformarse con productos exclusivos o de precios premium, debido a su poca demanda y los clientes se comprometen con la marca que les provee lo que necesitan.
- Si bien un nicho de mercado se conforma por un reducido número de consumi-

dores, estos pueden ser suficientes para brindar rentabilidad.

- Los productos ofrecen características muy específicas, en base a las solicitudes de los clientes.
- Las campañas de marketing enfocadas en nichos de mercado suelen tener más respuestas y una mejor segmentación. (Terrerros, 2022, p.10)

Ventajas

Al detectar un nicho de mercado específico mantiene las siguientes ventajas;

- Permite detectar fácilmente cliente ideal;
- Fidelizar por el hecho de ofrecer un producto muy específico, que cumple con las necesidades del cliente;
- Establecer metas del negocio;
- Permite definir un nicho de mercado de acuerdo a un plan de marketing efectivo a través de las redes sociales, para brindar mensajes de marketing a un grupo reducido. (Sánchez, 2015, p.05)

Tarea 5

Cómo rentabilizar tu conocimiento. Establece un nicho de mercado Stalkear grupos de:

- Facebook y únete a esos grupos
- Publica un saludo en el grupo
- Subir el enlace de la publicación al formulario de la actividad

Formulario para Tarea5

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdjOH138yLMRxnTgRLPrV7tvWW-v-6ORdmv3N-EM5zLOIsC2g/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=\(Comente\)](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdjOH138yLMRxnTgRLPrV7tvWW-v-6ORdmv3N-EM5zLOIsC2g/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=(Comente))

GUIA 6

¿Cómo descubrir tu nicho de mercado?

Teneda (2015) afirma que “Existen diferentes objetivos de la segmentación de mercados. Esto permite añadir a tu producto las características adecuadas y, además, te ayudarán a reducir costos para atender las necesidades de tu público objetivo” (p.03).

La segmentación de mercados permite que las marcas creen estrategias para diferentes tipos de consumidores, dependiendo de la forma en la que perciben el valor total de ciertos productos y servicios De esta forma pueden introducir un mensaje más personalizado con la certeza de que será recibido con éxito. (Teneda, 2015, p.03)

¿Cómo deben ser los segmentos de mercado?

Se debe tener claras las características de cada grupo o sector, las cuales deben

ser:

- Identificables.
- Accesibles.
- Diferentes entre sí.
- Estables en el tiempo.
- Representativos a nivel de ventas.
- Útiles en la estrategia comercial. (Torres, 2020, p.08)

Ventajas de la segmentación de mercados

Saber qué es la segmentación de mercados y los beneficios que tiene para una organización, permite conocer a la audiencia, crear un plan que funcionará exitosamente y determinar mejores soluciones y métodos para llegar a ellos.

La segmentación de mercados permite diferenciar a la marca centrándose en las necesidades y características específicas del cliente. Identifica el nicho con un público más amplio y si tiene necesidades que la marca puede resolver de forma eficaz, esto permite crear vínculos fuertes entre su marca y el cliente para fomentar su lealtad hacia la marca. (Teneda, 2015, p.03)

Pasos

Mercado a actuar

En la actualidad existe una infinidad de posibilidades para crear un emprendimiento, especialmente cuando se trata de negocios digitales, pero **la única manera de prosperar es conociendo.**

Segmenta tu mercado

Este paso consiste en elegir cuál de los tipos de segmentación de mercado es el que más se adecua a su marca, y en donde domina la rama del negocio a fondo.

Comprende a tu nicho

Debe conocer el objetivo de sus clientes detalladamente, por ello debe mantener autoridad al realizar a sus clientes las preguntas adecuadas, dependiendo del tipo de segmentación de mercados que pertenece.

- **Producto:** Crear productos en base a las necesidades de sus consumidores, esto permite añadir a su producto las características adecuadas.
- **Precio:** Establecer el precio adecuado en base al público que estará dispuesto a pagar por él.
- **Promoción:** Dirigir las estrategias adecuadamente, de acuerdo a las diferentes categorías cada segmento y seleccionarlos.
- **Plaza:** Consiste en decidir la forma en la que ofreces un producto a cada seg-

mento de consumidores.

Evalúa tus conocimientos

Para ser experto en un nicho de mercado, necesitas dominar esa rama de negocio a fondo, ya que necesitas comprender y rodear toda la discusión acerca de las necesidades de su consumidor.

Estrategia

Sus estrategias deben basarse en la segmentación de su mercado para hacer los cambios necesarios a su producto, precio, promoción y plaza y crear contenido de valor, se debe tomar en cuenta que:

- Crear contenido de valor en las redes sociales motiva y genera confianza en los seguidores
- Para generar contenido de valor es necesario conocer a los clientes y construir comunidades de contenido, de un minuto.
- Brinda confianza, fidelidad y tráfico en sitios web. (Carreño, 2020, p.09)

Tarea 6

Cómo rentabilizar tu conocimiento. Genera autoridad y respeto en ese nicho de mercado.

1. Graba videos cortos con consejos y contenido de valor sobre el tema que te apasiona
2. Sube la grabación a Facebook YouTube o Tik Tok la plataforma que le resulte mas cómoda
3. Envía el link de tu publicación al cuestionario de la actividad

Formulario para Tarea6

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf7vt304gmaFcJlq40-ybDWfYltvut8A4eaXBRDH9KA1joR7A/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=\(Comente\)](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf7vt304gmaFcJlq40-ybDWfYltvut8A4eaXBRDH9KA1joR7A/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=(Comente))

GUIA 7

Empieza A Formar Tu Propia Comunidad

Lo primero que tienes que hacer es reinventar tu profesión, darle un giro, reinventar lo que sabes, la experiencia que has acumulado, conectar tu talento y convertir todo esto en un negocio rentable, lo que significa que es un negocio al servicio de los que van a pagar, es decir, tus clientes, por ejemplo: Inicia dando curso presenciales o virtuales y crea tu propia comunidad.

Tener independencia, libertad y vivir de lo que te gusta, te ayudará a generar mucho dinero del que una empresa está dispuesta a pagarte y otros condimentos, hace que cada año más personas decidan aventurarse en el mundo del “profesional independiente”. También es importante realizar una clase introductoria gratuita y tener un testimonio real de las metas que se han logrado para que la comunidad vea los logros obtenidos. (Pérez, 2013, p. 1)

Ofrecer tu experiencia frente a un grupo es otra forma de monetizar tus conocimientos. Los posibles puestos para hacerlo son ilimitados, aunque, por supuesto, no todos los lugares pagan. Para empezar, puede que tengas que ofrecer seminarios gratuitos para poder añadir esta habilidad a tu currículum y teniendo en cuenta que si se puede monetizar nuestros conocimientos.

Una vez que tengas algo de experiencia haciendo este tipo de presentaciones públicas y descubras que realmente te gustan, puedes trabajar para encontrar posiciones monetizadas. En la actualidad existen varias plataformas digitales que nos ayudan a crear una pequeña comunidad de seguidores para poder emprender de mejor manera. (Pérez, 2013, p. 1)

Pero si das a conocer sobre un tema que conoces muy bien, creo que a menudo descubrirás que tu entusiasmo y amor por el tema te llevarán hasta el final. También en esta línea, no te olvides de los seminarios web, ya sea a través de tu propio sitio web o para otra organización.

Para que tu negocio profesional sea muy exitoso, próspero y rentable necesitas convertir tus servicios y conocimientos en propuestas irresistibles y atractivas para el público que no sólo capten la atención de tus potenciales clientes, sino que los cautiven y enamoren. Es importante tener en cuenta que la clave para monetizar el conocimiento es: Seleccionar un tipo de mercado, identificar las necesidades de la comunidad, subir contenido de valor a los canales de comunicación, etc.

En la actualidad el uso de la tecnología para el trabajo, la educación y la formación o el entretenimiento abre sin duda nuevas oportunidades ligadas al mundo digital, un mundo que puede ser la solución a muchos problemas en este adverso horizonte que se avecina. Así que, en medio del mayor experimento de ciencias sociales de todos los tiempos según algunos expertos, lo cierto es que si tienes alma de emprendedor es el momento de apostar por la tecnología. (Serrano, 2020, p. 1)

La mejor manera de empezar a hacerlo es apoyándonos en la tecnología para aprovechar nuestros propios conocimientos, experiencia profesional o habilidades para compensar la pérdida de poder adquisitivo derivada de la crisis provocada por la pandemia. Después de perfeccionar sus habilidades de presentación a través de talleres y seminarios

en grupos reducidos, puede intensificar sus ambiciones de hablar en público tratando de convertirse en orador principal en las principales conferencias o convenciones de su campo y así sobresalir en su emprendimiento.

Otra cosa a tener en cuenta sobre todos estos métodos y cualquier otro que puedas encontrar para monetizar tu experiencia es que ninguno de ellos puede generar directamente una gran cantidad de dinero. Sin embargo, a menudo pueden generar ingresos de otras fuentes simplemente dando a conocer tu nombre a un nuevo público y así será fácil tener nuevos clientes.

Por ejemplo, aunque la cantidad de dinero que gané organizando seminarios es relativamente pequeña, luego me contrataron para hacer trabajos de relaciones públicas las personas que me oyeron hablar. Puede elegir formar a personas individualmente o formar un grupo de alumnos y el coaching puede hacerse virtualmente o en persona. (Serrano, 2020, p. 1)

A veces, tiene más sentido unirse a un grupo existente que ya tiene una mayor base de miembros. Por ejemplo, Google puede ser la mejor opción en este caso, ya que la plataforma permite unirse a un grupo de Google como marca y no como individuo.

Su servicio también incluye nuevas llamadas telefónicas semanales y en grupo, en las que la gente discute sus preocupaciones y desafíos. La formación abarca las habilidades más demandadas por los asistentes virtuales (como la actualización de los contenidos del sitio web), así como los retos que probablemente se encuentren cuando se es nuevo en este campo.

Incluso en aquellos lugares que no le pagan por hablar, a menudo puede encontrar formas de hacer que su aparición merezca la pena. Por ejemplo, si has autopublicado un libro, pregunta si puedes venderlo una vez publicado, o al menos comparte información que permita a los asistentes saber cómo comprar tu libro después del evento. Así que piensa en estos nuevos productos, ya sea un libro electrónico, un taller o una aplicación, no sólo en términos de lo que pueden lograr por sí mismos, sino también en términos de cómo pueden ayudarte a aumentar tu valor y visibilidad como experto.

Elegir Google aumenta la probabilidad de exposición, ya que te acerca al motor de búsqueda más famoso del mundo. Esto tendrá consecuencias positivas en los resultados de búsqueda de tu organización, siempre y cuando mantengas tu grupo actualizado regularmente con contenido relevante y de interés para el usuario. Pero si tu público objetivo se concentra en otra plataforma, no tiene mucho sentido elegir Google sólo para tener este “plus” en la búsqueda; en su lugar, deberías abrir un grupo en la plataforma donde reside tu audiencia. (Facchin, 2014, p. 1)

Independientemente de la plataforma que se elija o del plan que se aplique, el

concepto más importante que hay que recordar es que debe haber un compromiso con la organización para mantener y hacer crecer su comunidad en línea. Esto fomentará un recurso perenne que generará clientes potenciales y ventas en el futuro para su organización.

Tarea 7

Inicia dando cursos presenciales (con poco aforo) en tu ciudad, puedes hacerlo también de forma virtual, toma fotos de asistentes, forma tu pequeña comunidad de seguidores que puedan dar testimonio de tus conocimientos y de lo que han aprendido.

Crea una Fan Page en FB y empieza a subir contenido de valor, post de tu blog,

Ofrece clases gratuitas formato webinar

O Crea un canal de YouTube y sube un video con una clase gratuita (puede ser la grabación de tu webinar)

Formulario para Tarea 7

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScPLV9FBNOKGsDAoWllmk2V6y2v-SyINR-Zo_SZMTUr1HjulQ/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=\(Comente\)](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScPLV9FBNOKGsDAoWllmk2V6y2v-SyINR-Zo_SZMTUr1HjulQ/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=(Comente))

GUIA 8

Manejo Financiero

En la actualidad el crecimiento del negocio digital está reconfigurando en el mercado del talento, mucho más allá de las finanzas. A medida que las organizaciones buscan mejorar su plantilla en todas las áreas, están dando un valor adicional a las personas con habilidades relacionales y analíticas, que también pueden entender el negocio. Las páginas web y redes sociales son medios de difusión de publicidad y pueden ayudar de una manera extraordinaria para llegar a nuestros posibles clientes y de tal manera poder tener éxito en nuestro emprendimiento. (SAP Concur, 2022, p. 1)

Algunas de las nuevas herramientas digitales disponibles se centran específicamente en la modernización del negocio principal y de las capacidades existentes. También existen herramientas “exponenciales” ya que están diseñadas para ofrecer capacidades nuevas y diferentes. En conjunto, forman un módulo de herramientas que las finanzas digitales pueden utilizar para mejorar su propio rendimiento y servir al negocio de forma más eficaz, especialmente cuando se utilizan conjuntamente.

Los elementos esenciales del talento para la transformación digital son:

Liderazgo: Una visión clara del futuro y un camino claro para llegar a él.

Cultura: Menos previsibilidad, más experimentación e innovación.

Nuevas habilidades: Destreza tecnológica combinada con comprensión del

negocio.

Compromiso: Una oportunidad de aprender, crecer e innovar para los nativos digitales. (UNAB, 2021, p.1)

En un mundo cada vez más competitivo y globalizado, las empresas y las personas que desean emprender necesitan las finanzas digitales para llevar un mejor control financiero, evitar o minimizar las pérdidas y mantenerse en un mercado competitivo. Por ejemplo, la nota de mensaje de WhatsApp debe contener la siguiente información: Datos propios, datos del curso, beneficios del curso, identificar las necesidades del cliente, y el número de cuenta bancaria. También es importante tener en cuenta que para establecer el precio de tu producto o servicio te debes basar en los precios referenciales y para vender los primeros cursos, es necesario establecer el precio referencial con un pequeño descuento.

Las empresas que opten rápidamente por la digitalización financiera podrán impulsar su crecimiento, aprovechar nuevas oportunidades, agilizar el control de su economía y gestionar los riesgos de forma más precisa y eficiente. El uso de sistemas digitales de gestión financiera ayudará a la empresa a reducir el tiempo de los procesos, a mejorar la productividad, a eliminar errores, a tener un control más eficiente de las finanzas y también a contribuir a la ecología, ya que se reduce el uso de papel. (Caltabiano, 2021, p.1)

La transformación digital es un tema que está en boca de todos y que ha cogido por sorpresa a millones de empresas, empleados y clientes. Las estrategias de venta que funcionaban en épocas anteriores ya no son tan válidas y los clientes prefieren conectar con las empresas a través de medios digitales. Se puede atraer a más clientes con la estrategia de precio y así obtener las ganancias proyectadas.

Las redes han cambiado las expectativas de los consumidores. El hecho de que la mayoría de la población sea activa en este tema hace necesario que una organización de servicios financieros adopte los nuevos medios. La audiencia y el mensaje están ahí, y están hablando de la marca, con o sin su participación. El reto más importante es tomar el control y el liderazgo en esas conversaciones y participar para marcar el tono de lo que se dice. (Caltabiano, 2021, p.1)

Depende de dónde estén los clientes y del segmento de mercado. Hay algunas diferencias importantes, por ejemplo, Instagram tiene miembros jóvenes, mientras que Facebook y Twitter son recurrentes en la atención al cliente. Asimismo, depende del modelo de negocio, si se dirige al segmento empresarial o al consumidor final.

WhatsApp Business es una aplicación de descarga gratuita disponible para Android y iPhone, desarrollada especialmente para pequeñas y medianas empresas. WhatsApp Business facilita las interacciones con los clientes proporcionando herramientas para automatizar, organizar y responder rápidamente a los mensajes, es una herramienta ideal

para crear un nuevo negocio. (Bonsanto, 2021, p.1)

Tomar decisiones bien informadas puede ser la diferencia entre el éxito y el fracaso para cualquier empresa sin importar su tamaño o área de negocio, ya que es precisamente en este aspecto donde las soluciones tecnológicas cumplen un papel preponderante en el manejo de grandes flujos de datos y el cruce de información para obtener un conocimiento más confiable y hacer elecciones más eficaces. (Bonsanto, 2021, p.1)

La mayor parte de los trabajos sobre redes sociales y confianza en economía hacen hincapié en su potencial para reducir los problemas de información asimétrica e imperfecta, así como los mercados ausentes o incompletos. Estos fallos del mercado son especialmente importantes en el sector financiero. El funcionamiento de los mercados financieros se ve obstaculizado por los elevados costes de información, transacción y cumplimiento de los contratos. Los costos de información se derivan de las fricciones de información asociadas a las transacciones financieras, dando lugar a los problemas de selección adversa y riesgo moral.

Además, podemos distinguir tres tipos de redes sociales:

De relaciones: El objetivo de estas redes es unir a las personas. Dentro de esta categoría destaca Facebook, una red estrella con más de 1.500 millones de usuarios, lo que la hace ideal para la promoción de productos. Twitter destaca por su inmediatez y viralidad, lo que la hace especialmente interesante para el branding. Instagram es la red más visual y dinámica y una de las más utilizadas (con más de 900 millones de usuarios mensuales), por lo que debes subir contenido visualmente atractivo que llame la atención del usuario.

De entretenimiento: En este caso, la gente busca consumir contenidos en lugar de interactuar con otros, lo que pasa a un segundo plano. El más destacado es YouTube, la mayor plataforma de videos. Puede ser útil para debatir temas con mayor profundidad en formato de video. Pinterest, por su parte, también se dedica a compartir imágenes, aunque en este caso se trata de fotos más profesionales.

Profesional: Su objetivo es establecer relaciones profesionales con otros usuarios y esto la hace muy útil para reclutar profesionales o hacer contactos interesantes en el sector. (Bilnea, 2019, p.1)

Tarea 8

1 Mira el video de 2 minutos https://www.youtube.com/watch?v=aT0c-eI0Irs&ab_channel=KeinerChar%C3%A1 .

Crea tu link de venta en: <https://crear.wa.link/>

Súbelo a tus redes sociales para promocionar tu negocio

Ten un mensaje en tus notas de celular para que respondas cuanto te escriben
Instala whatsapp bussines en tu celular

Formulario para Tarea 8

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdm8DWF7a9dxHNvjjbmRj8nH8CaliOeN4MeeoFk31ozBUNsA/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=\(Comente\)](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSdm8DWF7a9dxHNvjjbmRj8nH8CaliOeN4MeeoFk31ozBUNsA/viewform?usp=pp_url&entry.1897951779=(Comente))

REFERENCIAS

Arora, V. K. (2017). Graphene nanoelectronics. *Journal of Material Science & Engineering*, 06(06). <https://doi.org/10.4172/2169-0022-c1-075>

Bilnea Comunicación, (2019). La importancia de las redes sociales para tu negocio. Recuperado de: <https://www.inforges.es/post/la-importancia-de-las-redes-sociales-para-tu-negocio>

Bonsanto, P. (2021). WhatsApp Business en tu estrategia de Marketing Digital. Recuperado de: <https://www.maunamedia.com/whatsapp-business-en-tu-estrategia-de-marketing-digital/#.YvbRGXbMLIU>

Caltabiano, G. (2021). Marketing en las redes sociales: cómo obtener los mejores resultados en cada canal. Recuperado de: <https://rockcontent.com/es/blog/marketing-en-las-redes-sociales/>

Chiriros, C. (2011) Nicho de mercado: El enfoque desde el océano azul. *Redalyc*, pp.02-03. <https://www.redalyc.org/pdf/3374/337428495009.pdf>

El Emprendimiento Empresarial. (2015). Google Books. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=fYfJCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=que+se+debe+hacer+para+ser+un+emprendedor&ots=h1-JdleuFk&sig=LSet2iYTRyOI4VYPvEtal_aa_UM#v=onepage&q=que%20se%20debe%20hacer%20para%20ser%20un%20emprendedor&f=false

Facchin, J. (2014). ¿Cómo construir una comunidad en redes sociales en torno a tu Marca? Recuperado de: <https://josefacchin.com/como-construir-una-comunidad-en-torno-a-tu-marca-en-redes-sociales/>

G, S. (2020). <https://medwinpublishers.com/NNOA/NNOA16000183.pdf>. *Nanomedicine & Nanotechnology Open Access*, 5(2). <https://doi.org/10.23880/nnoa-16000183>

Kubicki, Grzegorz, Kielbasa, Tomasz, & Wiche, Jarosław. (2017). http://bitp.cnbop.pl/wp-content/uploads/2017/05/BITP_Vol_45_Issue_1_2017_pp.142-153.pdf. *Bezpieczeństwo i Technika Pożarnicza*, 45, 142–153. <https://doi.org/10.12845/bitp.45.1.2017.11>

Moreira, B. (2019) Descubre qué es nicho de mercados y cómo definir el tuyo. *Rockcontent*, p.05, <https://rockcontent.com/es/blog/nicho-de-mercados/>

Pérez, A. (2013). Crea tu propia Comunidad Online Activa. Recuperado de: <https://www.obsbusiness.school/blog/crea-tu-propia-comunidad-online-activa>

Portafolio, (2021). Las redes sociales, claves para el cliente financiero. Recuperado de: <https://www.portafolio.co/tendencias/las-redes-sociales-claves-para-el-cliente-financiero-520426>

Sánchez, J. (2015) Nicho de mercado, Economipedia, p.05 <https://economipedia.com/definiciones/nicho-de-mercado.html>

SAP Concur, (2022). Finanzas digitales: por qué es importante en los controles financieros de su empresa. Recuperado de: <https://www.concur.cl/news-center/control-financiero>

Serrano, L. (2020). ¿Cómo crear una Comunidad Local? Recuperado de: <https://superhabitos.com/comunidad-local-accion>

Terreros, D. (2022) ¿Qué es un nicho de mercado? Tipos y ejemplos, hubspot, p.10, <https://blog.hubspot.es/marketing/nicho-de-mercado>

UNAB, (2021). Lo esencial del talento para la transformación digital. Recuperado de: <https://unabonline.cl/lo-esencial-del-talento-la-transformacion-digital/>

Vega Solís, C. (2016). El retorno más allá del mito del emprendedor. Estrategias económicas, familiares y afectivas de mujeres y hombres a su regreso a Ecuador desde España. Papers. Revista de Sociología, 101(4), 415. <https://doi.org/10.5565/rev/papers.2182>

ADMINISTRAÇÃO FINANCIERA

para empreendedores online



www.atenaeditora.com.br



contato@atenaeditora.com.br



[@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)



www.facebook.com/atenaeditora.com.br

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

para emprendedores online



 www.arenaeditora.com.br

 contato@arenaeditora.com.br

 [@arenaeditora](https://www.instagram.com/arenaeditora)

 www.facebook.com/arenaeditora.com.br