

PEQUEÑO GRAN NEGOCIO

Manual



MANUAL DE TRABAJO

Copyright © 2021 por Jorge Vaoli

Todos los derechos reservados. Este material no puede ser reproducido total ni parcialmente, ni registrado o transmitido por un sistema de recuperación de información o de cualquier otro medio, sea éste electrónico, mecánico, fotoquímico, magnético, electróptico, por fotocopia o cualquier otro, sin permiso por escrito del autor.

www.JorgeVaoli.com

ÍNDICE

CÓMO USAR ESTE MANUAL	PÁG. 04
SECCIÓN 1: EL FUNDADOR	
CAP. 1: CÓMO ELEGIR EL NEGOCIO PERFECTO PARA TI	PÁG. 06
CAP. 2: CÓMO FUNDAR UN NEGOCIO DURADERO	PÁG. 10
SECCIÓN 2: EL INVERSIONISTA	
CAP. 3: CÓMO DETECTAR UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	PÁG. 15
CAP. 4: CÓMO DESCUBRIR UN NEGOCIO MUY RENTABLE	PÁG. 21
SECCIÓN 3: EL NEGOCIO	
CAP. 5: CÓMO BENEFICIARTE ÉTICAMENTE DE LA COMPETENCIA	PÁG. 34
CAP. 6: CÓMO SOBRESALIR RÁPIDO ENTRE TUS COMPETIDORES	PÁG. 39
SECCIÓN 4: EL CAPITAL	
CAP. 7: LA HABILIDAD #1 PARA CONSEGUIR CAPITAL RÁPIDO	PÁG. 44
CAP. 8: CÓMO ASEGURAR Y DEFINIR TU CAPITAL SEMILLA	PÁG. 47
SECCIÓN 5: EL LANZAMIENTO	
CAP.9: 4 COSAS QUE DEBES HACER ANTES DEL LANZAMIENTO	PÁG. 50
CAP.10: LA MEJOR FORMA DE AUMENTAR TUS GANANCIAS	PÁG.54

CÓMO USAR ESTE MANUAL

Este es el manual de trabajo diseñado para el libro *Pequeño Gran Negocio* y su Taller de Implementación Avanzada: NEGOCIO DE ALTO VALOR. Si gustas puedes imprimir todo el manual o si lo deseas sólo las páginas de trabajo que se indican en la siguiente página.

Aquí podrás llevar a cabo las actividades que se necesitan para completar los 21 pasos de este taller. Se recomienda que dediques al menos 1 o 2 horas para realizar cada paso, aunque hay algunos pasos más intensos que podrían tomarte más tiempo, sobre todo en los capítulos 9 y 10.

Este programa es flexible y se adecua a tu propio ritmo. Tú decides si sigues un paso cada día o de lo contrario si haces más de un paso por día. Incluso puedes tomarte varios días a concretar algún paso que te resulte intenso.

Al margen de cómo lo hagas, recuerda que habrá días que quizá tengas que madrugar o acostarte muy tarde. Sin embargo, sea cual sea el sacrificio que tengas que hacer, te prometo que al final, valdrá la pena.



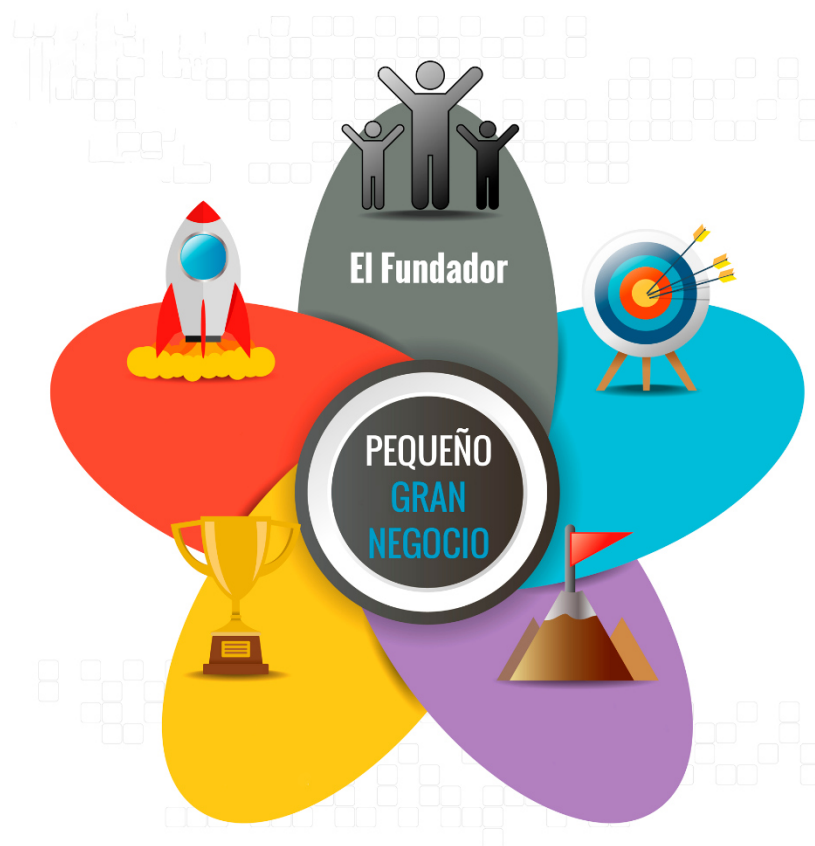
TABLERO ORGANIZADOR

PASO A PASO

PASO	Páginas del Manual (para imprimir)	Páginas del Libro (para leer)	Capítulos del Audiolibro (para escuchar)
#1	Páginas 7, 8 y 9	Páginas 9 al 42	Introducción + Capítulo 1
#2	Página 12	Páginas 43 al 57	Capítulo 2
#3	Página 13	Páginas 43 al 57	Capítulo 2
#4	Página 17	Páginas 58 al 75	Capítulo 3
#5	Página 19	Páginas 58 al 75	Capítulo 3
#6	Página 25	Páginas 76 al 97	Capítulo 4
#7	Página 27	Páginas 76 al 97	Capítulo 4
#8	Páginas 29 y 30	Páginas 76 al 97	Capítulo 4
#9	Página 32	Páginas 76 al 97	Capítulo 4
#10	Páginas 36 y 37	Páginas 98 al 113	Capítulo 5
#11	Página 41	Páginas 114 al 126	Capítulo 6
#12	-	Páginas 114 al 126	Capítulo 6
#13	-	Páginas 127 al 147	Capítulo 7
#14	Página 49	Páginas 148 al 173	Capítulo 8
#15	Página 49	Páginas 174 al 205	Capítulo 9
#16	Página 52	Páginas 174 al 205	Capítulo 9
#17	Página 53	Páginas 174 al 205	Capítulo 9
#18	Páginas 55 y 56	Páginas 206 al 240	Capítulo 10
#19	-	Páginas 206 al 240	Capítulo 10
#20	Página 60 y 63	Páginas 206 al 240	Capítulo 10
#21	-	Páginas 206 al 240	Capítulo 10
TOTAL	22 pág. a imprimir		

Nota: Recuerda imprimir los formatos que encontrarás en tu área de descarga de BONOS. También están aquí al final de este manual en la sección HERRAMIENTAS. Son 5 páginas y con ellas trabajaremos a lo largo de este taller para implementar todo este método.

SECCIÓN 1:



CAPÍTULO 1:

CÓMO ELEGIR EL NEGOCIO PERFECTO PARA TI

PASO 1

ACCIONES A REALIZAR

Muy bien. Como hemos aprendido, para poder elegir un negocio de la forma adecuada, éste debe estar basado en aquello que nos apasiona.

PASO 1: CONFIRMA O DESCUBRE TU PASIÓN

En este punto te tengo que hacer una importante pregunta: ¿Sabes cuál es tu pasión?

¿Sí? ¡¡Felicidades!! Escríbelo en la siguiente línea:

Mi pasión es _____

¿No? ¿Todavía no lo sabes? ¿No estás seguro? No te preocupes, hoy lo resolvemos. A continuación, compartiré contigo plan sencillo que te ayudará con esta importante tarea.

En primer lugar, necesitarás lo siguiente

- Tu Smartphone. Descarga e instala cualquier aplicación que te permita grabar audio. Si tu celular ya viene con una aplicación para grabar audio, está perfecto.

¡Manos a la obra! Empecemos con lo siguiente:

Haz una lista de tus amigos y familiares más cercanos a quienes le tengas mucha confianza. Asegúrate de que haya al menos 5 personas:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Ahora llama a cada uno y diles que deseas hacerles una importante pregunta en persona o por lo menos por teléfono. Entrevista a cada uno y pregúntales cuál creen ellos que es tu pasión o aquello que te apasiona. También puedes preguntarles cuál creen ellos que es tu talento o habilidad más sobresaliente. Asegúrate de grabar sus respuestas. Te sorprenderás con varias de ellas.

-HAZLO AHORA-

Completa la lista y analiza las repuestas. Basado en tu lista inicial, escribe al lado de los nombres la pasión que te indica cada familiar o amigo.

Nombre de amigo o familiar muy cercano:	Ellos dicen que mi pasión o lo que me apasiona es:

IMPORTANTE

Tómate un día para alejarte de todas tus actividades (estudio, trabajo, responsabilidades familiares, etc.) y dedícalo a pensar y reflexionar acerca de cuál es tu verdadera pasión. Si gustas puedes ir a un lugar especial que te inspire.

Lo primero que harás en el día será responder de forma MUY SINCERA las siguientes preguntas. No olvides anotar tus respuestas aquí debajo:

1. ¿Qué es aquello que cuando lo realizas sientes que la *energía* fluye de ti con mucha fuerza y de manera constante?

2. ¿Qué es aquello que cuando lo realizas te *entregas* completamente y sin condiciones?

3. ¿Qué es aquello que cuando lo realizas sientes que te eleva, que te *engrandece*?

No olvides tomar en cuenta las repuestas de tus familiares y amigos.

¡BIEN HECHO!

Si ya lo hiciste, has dado un gran paso. Sin lugar a duda el más importante para empezar. Es un día memorable, un día en el que prácticamente estás empezando desde cero. Hoy puede ser el comienzo de algo grande. Sólo dependerá de ti.

Ahora que ya identificaste tu pasión, es momento de ir y poner la “primera piedra” en ese proyecto que será Tu Propio *Pequeño Gran Negocio*. Y de ello nos encargaremos en el siguiente paso.

CAPÍTULO 2:

CÓMO FUNDAR UN NEGOCIO DURADERO

PASOS 2 y 3

ACCIONES A REALIZAR

¡Muy bien! Vamos a empezar con la parte intangible de tu negocio. Aquello que le dará vida y un significado más grande.

PASO 2: ESTABLECE UNA MISIÓN PARA TU NEGOCIO

Es momento ahora de establecer una misión para tu negocio.

Recuerda no pensar en productos o servicios todavía, eso lo veremos más adelante. Ahora sólo concéntrate en establecer una misión para tu negocio. Una misión que sea única, original y que transmita toda tu pasión por lo que quieres hacer.

La misión de tu negocio debería responder a las siguientes preguntas:

**¿Por qué existe tu negocio?, o ¿Por qué existirá tu negocio?
¿Cuál será la razón de su existencia? ¿Cómo tu negocio
contribuirá en la vida de tus clientes?**

Recuerda ser lo más idealista posible. Puedes ser tan ambicioso como lo desees. Esa es sólo tu decisión, o la de tu socio y tú.

Recuerda también que tu misión debe ser corta y tener un lenguaje sencillo, fácil de entender incluso para un niño.

**-TOMA AHORA LÁPIZ Y PAPEL. NO ESCRIBAS EN TU LAPTOP
NI EN ALGÚN MEDIO DIGITAL TODAVÍA. SÓLO TOMA LÁPIZ Y
PAPEL Y ESCRIBE CON TU PROPIO PUÑO Y LETRA-**

No te preocupes si no te sale a la primera, intenta una y otra vez hasta que te sientas a gusto con lo que has escrito.

Momento de inspiración. Toma un respiro y completa lo siguiente:

La misión de mi negocio es _____

PASO 3: ESTABLECE LA FILOSOFÍA PARA TU NEGOCIO

¡Muy bien! Ahora es momento de establecer una filosofía para tu negocio. Recuerda que la filosofía de tu negocio reflejará tu forma de pensar o de ver las cosas.

Es momento incluso de establecer tus propias reglas y hacer empresa a tu propia manera. Es momento de que establezcas los principios que regirán tu negocio no sólo por dentro sino también por fuera.

Para ayudarte con esta importante tarea y puedas aclarar tus pensamientos, quiero que leas la filosofía de Google. Sólo ve a tu buscador favorito en Internet y digita: “*Diez verdades de la que estamos seguros*”.

Esas *verdades*, como Google las llama, representan toda su filosofía y por lo tanto la forma en que Google y sus directivos *piensan y ven las cosas*. Establece lo que ellos creen y cómo es que hacen negocios con el mundo entero.

En esas verdades encontrarás ideas tales como “Puedes ganar dinero sin hacer el mal” hasta el hecho de que en Google “No hay que vestir traje para ser formal”.

-EMPIEZA AHORA Y LEE LA FILOSOFÍA COMPLETA-

Perfecto. Ahora que has leído un buen ejemplo de lo que significa tener una filosofía empresarial fuerte y sólida, tu momento ha llegado.

-TOMA UN LÁPIZ Y ESCRIBE CON TU PUÑO Y LETRA POR LO MENOS 5 IDEAS QUE DEFINAN LA FILOSOFÍA DE LO QUE SERÁ TU NEGOCIO, TU EMPRESA-

No es necesario en este momento que detalles ni redactes toda tu filosofía como la de Google.

Por ahora, sólo es necesario que escribas una lista de 5 frases que definan cuál será la filosofía que regirá tu negocio. Sólo frases de una o dos líneas.

Recuerda, por ahora no es necesario que tu lista sea perfecta, lo importante es que lo hagas y con el tiempo podrás mejorarla y perfeccionarla. Lo importante es que te sientas a gusto con lo que escribas.

La filosofía de mi negocio se expresa mejor en las siguientes ideas:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

CONSEJOS ADICIONALES

Si te sientes inspirado, luego de plasmar tu lista de ideas que forman tu filosofía, puedes empezar a desarrollar cada uno de los puntos que hayas señalado, como en el ejemplo de Google. A veces la inspiración viene y hay que hacerle caso.

Por otro lado recuerda que una vez que hayas terminado de redactar tanto tu misión como tu filosofía, ahora ya puedes pasarlo a un documento digital en tu computadora, laptop, tablet o Smartphone. Guarda los archivos en una carpeta segura y tenlos siempre a la mano.

TIP: Guarda todos los archivos digitales de tu negocio en un disco duro virtual, tal como Google Drive o Dropbox. Recuerda que algo le puede pasar a tus dispositivos y si tienes una copia de seguridad en la nube, entonces recuperarlos será un juego de niños.

¡GENIAL!

Estás dando grandes pasos. Con el final de esta sección, has establecido los cimientos de lo que será tu propio negocio. No un negocio cualquiera sino uno que te producirá muchas satisfacciones y éxito en la vida.

Ahora ya no estás como antes, has pasado de estar en cero a haber superado el primer nivel con éxito. ¡Felicitaciones!

SECCIÓN 2:



CAPÍTULO 3:

CÓMO DETECTAR UNA GRAN OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

PASOS 4 y 5

ACCIONES A REALIZAR

Tu momento ha llegado. Es hora de demostrar con hechos cuán dispuesto estás a encontrar una oportunidad de negocio real y verdadera, y no una basada en simples suposiciones o corazonadas.

Recuerda. Lo que hagas y lo que no hagas en esta parte de tu formación como futuro empresario o empresaria, será lo que determine en buena parte el éxito o fracaso de tu negocio.

IMPORTANTE

A partir de ahora debes documentar todo lo que hagas. Crea una carpeta en tu computadora y guarda allí todo lo que vayas haciendo y todo lo que vayas encontrando. En dicha carpeta puedes crear un archivo de Word o Excel dónde puedas ir recolectando la información.

Además si lo deseas también puedes documentar todo lo que hagas en una carpeta física. De esta manea lo que vayas recolectando en tu computadora, luego lo puedes imprimir y adjuntar en tu carpeta.

Muy bien. Manos a la obra. Empecemos.

PASO 4: IDENTIFICA LAS DIVERSAS ÁREAS DE TU INDUSTRIA Y SUS TENDENCIAS

Haz una lista de cuáles son las distintas áreas clave que componen tu industria. Si se te hace difícil la tarea recuerda hacerte la siguiente pregunta:

¿En mi industria qué es lo que la gente compra?

Recuerda que no debes inventar nada. Tu lista debe estar basada en áreas de tu industria en las que se ofrecen distintos productos o servicios y que la gente ya está comprando. Empieza tu lista ahora y que no tenga menos de 5 áreas.

Las áreas que componen mi industria son:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

MOMENTO DE INVESTIGAR TENDENCIAS

¡Muy bien! Ahora que ya tienes tu lista llegó el momento de averiguar las diversas tendencias de cada área de tu industria.

Mi consejo es que empieces buscando información en Internet antes de ir a los métodos tradicionales. Internet puede ahorrarte tiempo y dinero, y puede que encuentres lo que buscas sin necesidad de recurrir a los medios tradicionales. Empezaré ayudándote con la herramienta Google Trends.

-VE AL VIDEO DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTE PASO-

BUSCANDO MÁS INFORMACIÓN

Haz búsquedas directamente en Google. A menos que seas un experto en esto, mi consejo es que primero aprendas cómo hacer búsquedas avanzadas. No es tan difícil una vez que lo aprendes.

En YouTube hay un tutorial que podrás encontrar muy detallado. El título del video es: *“Tutorial PC - Búsquedas precisas y avanzadas con Google”*.

Si estás en el manual en PDF, puedes ir al video [haciendo clic aquí](#).

Con lo que aprendas estarás listo y preparado para hacer búsquedas directas en Google y obtener resultados muy precisos.

Cuando hagas este tipo de búsquedas, puedes ser tan directo como prefieras y a lo mejor encuentres muy rápido lo que buscas. Puedes empezar probando con búsquedas tan simples como:

- **Tendencias de...** (el nombre del área de tu industria)
- **Crecimiento de la industria de...** (el nombre del área de tu industria)
- **Investigación de...** (el nombre del área de tu industria)
- **Desarrollo de...** (el nombre del área de tu industria)
- **Estudio de...** (el nombre del área de tu industria)

También puedes buscar información que te ayude a encontrar las tendencias de tu industria en las páginas web de:

- ✓ Organismos públicos de información estadística
- ✓ Organizaciones privadas de investigación empresarial
- ✓ Cámaras de comercio, etc.

Puedes buscar en Internet las páginas web de dichas instituciones y navega buscando todo tipo de información que pueda ayudarte a reconocer las tendencias de tu industria.

MANTÉN EL ENFOQUE

Recuerda, de lo que se trata es de encontrar las tendencias de tu industria y poder encontrar información que te diga hacia donde se dirige. Te digo esto porque puede que encuentres mucha más información de la que estás buscando. Eso no está mal. Puedes guardarla para revisarla después, pero por ahora sólo **enfócate en las tendencias.**

PASO 5: IDENTIFICA LAS 3 ÁREAS CLAVES DE TU INDUSTRIA

Ahora deberás hacer el análisis y la conclusión de tu investigación.

En este punto lo que tienes que hacer es comparar las tendencias de las diversas áreas de tu industria y clasificarla en tres grupos:

- En descenso
- Estable
- En crecimiento

Está por demás decirte que elimines de tu lista las áreas de tu industria que estén en descenso. Ahora es momento de enfocarse en las estables y en las que están en crecimiento.

Completa lo siguiente:

- ☐ Vuelve a la lista de las áreas de tu industria que hiciste en el paso 5 y coloca en el costado derecho las letras D (de descenso), E (de estable) o C (en crecimiento) según sea el caso.

De la lista que tengan letra E y C, ahora deberás identificar cuidadosamente sólo las 3 áreas de MAYOR MOVIMIENTO. Escríbelas aquí:

1. _____
2. _____
3. _____

En toda industria siempre hay algunas áreas que sobresalen entre las demás. Suelen ser las más conocidas porque hay mucha gente comprando y muchas empresas vendiendo, así que suele haber mucha más información.

A esto me refiero cuando digo que son áreas de mayor movimiento. Y por eso les llamo las áreas clave.

-Ahora sólo completa la 1ra parte de la Tarjeta de Identificación: *Micro Mercado de Alta Demanda*-

MICRO MERCADO DE ALTA DEMANDA
-TARJETA DE IDENTIFICACIÓN-

ÁREAS CLAVE DE TU INDUSTRIA

1-
2-
3-

PRODUCTOS DE MAYOR DEMANDA

ÁREA CLAVE #1	ÁREA CLAVE #2	ÁREA CLAVE #3
1-	1-	1-
2-	2-	2-
3-	3-	3-

LOS DOLORES MÁS GRANDES

1-
2-
3-

CAPÍTULO 4:
EL SECRETO PARA DESCUBRIR
UN NEGOCIO MUY RENTABLE

PASOS 6, 7, 8 y 9

ACCIONES A REALIZAR

¡Muy bien!

Como te habrás dado cuenta, la demanda se puede empezar a investigar con algo tan sencillo como en una conversación entre amigos, familiares o colegas. Sin embargo, es importante que tengas en cuenta que eso es sólo el inicio.

Ahora que ya que conoces cuáles son las 3 áreas clave de tu industria y que tienen un desempeño **estable** o que están en **crecimiento**, estás listo para investigar la demanda en dichas áreas y encontrar una oportunidad de negocio que sea muy rentable.

HERRAMIENTA INFALTABLE

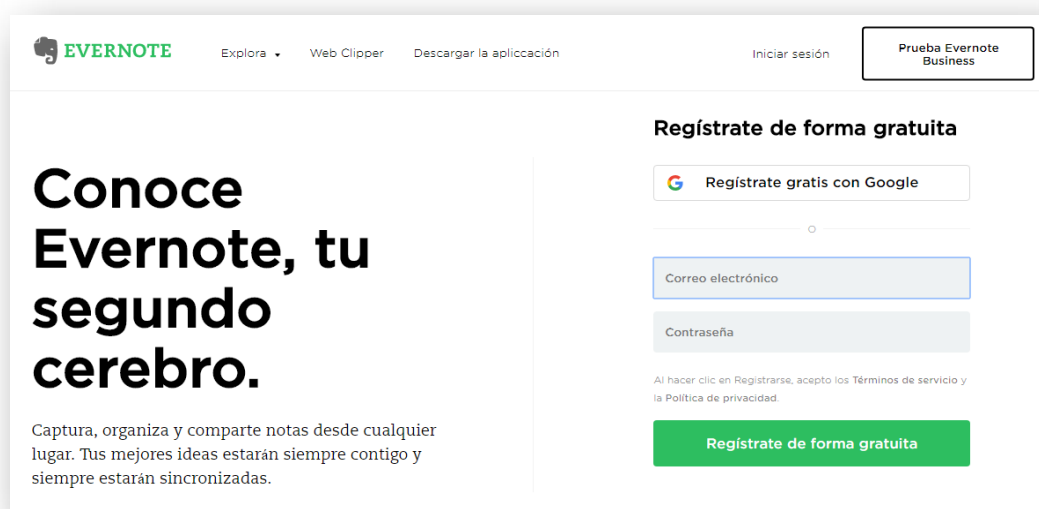
Recuerda que, en todo el proceso de tu investigación, debes ir tomando nota y archivando todo lo que vayas encontrando. Como habrá mucha información que encontrarás en Internet, te recomiendo que te registres y crees una cuenta en **Evernote**.

Completa el siguiente paso previo:

- ☐ En tu computadora personal ve a **evernote.com** y sigue las instrucciones para registrarte y crear una cuenta (si no tienes una).

Una vez tengas creada tu cuenta podrás usar este servicio directamente desde tu navegador de Internet e incluso instalar la aplicación en tu teléfono móvil o *tablet* desde la tienda de aplicaciones de tu dispositivo.

Evernote es una herramienta bastante útil para organizar toda la información que vas a ir recaudando, y con la cuenta gratuita es más que suficiente.



PASO 6: INVESTIGA LA DEMANDA EXISTENTE

Lo que harás aquí será investigar cuáles son los productos que se ofrecen en las 3 áreas clave de tu industria (que hiciste en el paso 5) y sobre todo identificar cuáles son los que más se venden.

A continuación encontrarás cuáles son las 4 principales formas sobre cómo investigar la demanda. Debes realizar al menos 2 de las siguientes actividades sugeridas y marcar las que realices.

-VE AHORA MISMO AL VIDEO DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTE PASO PARA PODER AYUDARTE CON UNA DE LAS SIGUIENTES ACTIVIDADES-

- ☐ **Revistas especializadas de tu industria.-** Puedes comprarlas o ir a un supermercado y revisarlas mientras estás allí (si te lo permiten). Fíjate en los anuncios publicitarios. ¿Qué productos o servicios se están ofreciendo en esas revistas? Normalmente las empresas grandes y medianas son las que destinan una buena cantidad de su presupuesto a colocar anuncios en esas revistas, y créeme, no lo hacen si no hay demanda de por medio.

- **Sitios web de anunciantes.**- El siguiente paso es revisar los sitios web de esos productos o servicios que se están anunciando en las revistas o diarios que has revisado. Hacer esto te ayudará a tener un panorama más amplio sobre lo que cada una de esas empresas vende. Es normal que en sus sitios web tengan una sección de cuáles son los productos o servicios que ofrecen. Revísalos y si tienen una tienda online procura investigar cuáles son los productos o servicios que más se venden. Esta información es valiosa porque te puede ayudar a determinar qué es lo que la gente de tu mercado está comprando más.
- **Sitios web de comercio electrónico.** Revisa sitios web como Amazon, eBay, Mercado Libre o similares. Busca allí los productos o servicios que se están vendiendo en tu industria. Recuerda que la gente visita estos sitios web con la intención de comprar, por lo tanto, aquí encontrarás mucha información valiosa sobre la demanda actual de tu industria. Verifica qué productos se están vendiendo. En esos portales web también puedes averiguar cuáles de esos productos o servicios son los más solicitados. Cuáles son los que más se venden. Lo que tienes que hacer es revisar cada producto o servicio y el sitio web te dirá la cantidad exacta de dichos productos vendidos por ese vendedor. Recuerda, de lo que se trata en este punto, es de averiguar qué es lo que la gente está comprando. Aquí descubrirás cuáles son los productos con los que tu público objetivo está gastando dinero.
- **Ferias o mercados físicos especializados.** Puedes salir y visitar los mercados físicos o ferias donde se vendan los productos o servicios de tu industria. Es probable que los productos de tu industria puedan venderse en grandes conglomerados comerciales o mercados. Ve a esos lugares y observa cuáles son los negocios dónde hay más gente comprando. ¿Qué productos o servicios se están vendiendo allí? ¿Por qué la gente compra tanto o por qué incluso hace colas y soporta la espera con el único objetivo de hacerse con ese producto o servicio? Recuerda anotar o grabar con tu celular toda la información que vayas obteniendo. En las ferias también podrás verificar los nuevos productos de tu industria y, sobre todo, si esos nuevos productos son bien recibidos o no por los consumidores. Si la mayoría los ignora sabrá lo que no tienes que vender

Mientras realizas tu investigación utiliza los siguientes campos para identificar cuáles son los 3 productos con mayor demanda de cada una de las 3 áreas clave de tu industria. Recuerda que identificar productos con mayor demanda significa identificar cuáles son los productos más vendidos.

El producto más vendido será el #1, el segundo más vendido será el #2 y el tercero más vendido será el #3.

Área clave #1: _____

Producto #1: _____

Producto #2: _____

Producto #3: _____

Área clave #2: _____

Producto #1: _____

Producto #2: _____

Producto #3: _____

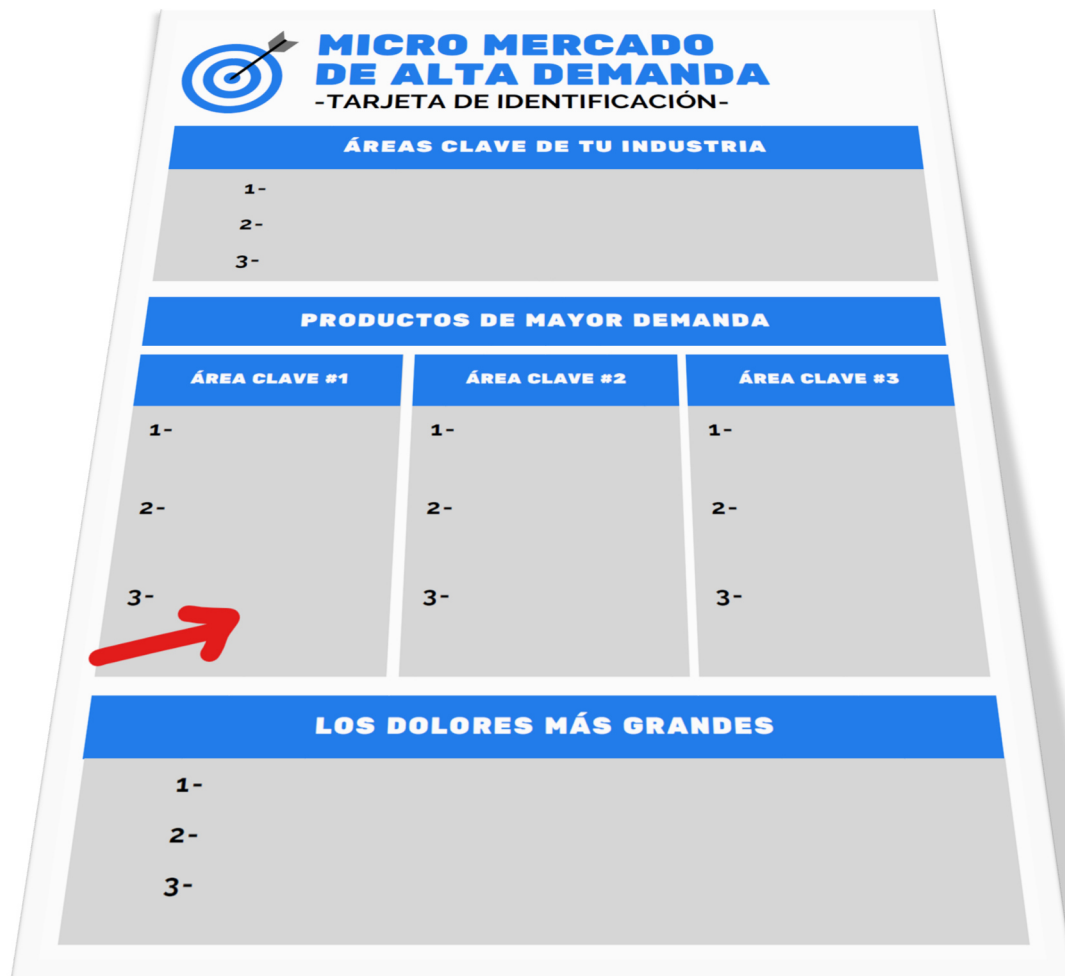
Área clave #3: _____

Producto #1: _____

Producto #2: _____

Producto #3: _____

-Ahora sólo completa la 2da parte de la Tarjeta de Identificación: *Micro Mercado de Alta Demanda*-



MICRO MERCADO DE ALTA DEMANDA
-TARJETA DE IDENTIFICACIÓN-

ÁREAS CLAVE DE TU INDUSTRIA

1-
2-
3-

PRODUCTOS DE MAYOR DEMANDA

ÁREA CLAVE #1	ÁREA CLAVE #2	ÁREA CLAVE #3
1-	1-	1-
2-	2-	2-
3-	3-	3-

LOS DOLORES MÁS GRANDES

1-
2-
3-

PASO 7: SELECCIONA UN PRODUCTO DE PARTIDA

Ahora sólo debes seleccionar un producto de los 9 que has identificado en el paso anterior. De preferencia cualquiera de los que ocupan el lugar número #1.

IMPORTANTE: Recuerda que con este producto empezarás a trabajar de manera más profunda en los siguientes pasos de este método.

El producto que elijo es

PASO 8: INVESTIGA LA DEMANDA INSATISFECHA

Esta es quizá la parte más importante de este proceso de investigación. También puede ser la parte más emocionante, porque es dónde puedes descubrir cosas bastante interesantes respecto a los consumidores que componen tu mercado.

Recuerda que lo que harás aquí será en base al producto que elegiste en el paso anterior.

Aquí vas a investigar cuáles son los problemas, dolores, insatisfacciones o frustraciones que actualmente están teniendo las personas con ese producto que has elegido.

Recuerda que al hacer esto también encontrarás lo bueno, como cosas que le encanta a la gente. Eso está bien porque significa que la gente odia lo opuesto.

-VE AHORA MISMO AL VIDEO DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTE PASO PARA AYUDARTE A REALIZARLO-

Deberás realizar cada una de las 3 siguientes actividades y conforme las vayas realizando márcalas como tal:

- ☐ **Facebook.**- Visita las *FanPage* del producto o servicio que has elegido hasta ahora en tu investigación. Revisa lo que dice la gente, qué preguntas hacen, qué les gusta del producto, que no les gusta, qué les agrada, qué les desagrada, qué solicitan, que sugieren, que recomiendan, que les molesta, etc. Si haces bien esta parte será tu mismo público objetivo el que te abra los ojos sobre lo que en realidad quiere y desea (demanda).
- ☐ **Blogs especializados.**- Normalmente encontrarás muchos blogs respecto a la temática de tu industria. Ve a esos blogs y revisa los comentarios que la gente suele dejar en los artículos. De nuevo, revisa lo que dice la gente, qué preguntas hacen, qué les gusta del producto, que no les gusta, qué les agrada, qué les desagrada, qué solicitan, que sugieren, que recomiendan, que les molesta, etc.
- ☐ **YouTube.**- Ve a YouTube y busca videos relacionados a los productos y servicios que se venden en tu industria. Igual, revisa los comentarios que la gente hace en los videos y busca en ellos lo mismo que en los casos anteriores.

De lo que se trata en esta parte es de identificar lo que tu mercado quiere y que todavía no existe o que no está disponible en la forma o características que ellos desearían.

Y sobre todo, es momento de utilizar tu instinto emprendedor para detectar necesidades y deseos ocultos que tu público objetivo puede tener.

Recuerda. A veces las personas no saben exactamente lo que quieren porque aún no lo han visto (porque no existe), **pero en sus problemas, inconformidades y frustraciones es donde se suelen esconder enormes oportunidades de negocio**, y tu trabajo es averiguarlo.

[illegible]

- Ahora debes identificar los 3 dolores más grandes, basado en aquellos que tengan un puntaje más alto.

-Ahora sólo completa la 3ra parte de la Tarjeta de Identificación: *Micro Mercado de Alta Demanda*-

MICRO MERCADO DE ALTA DEMANDA
-TARJETA DE IDENTIFICACIÓN-

ÁREAS CLAVE DE TU INDUSTRIA

1-
2-
3-

PRODUCTOS DE MAYOR DEMANDA

ÁREA CLAVE #1	ÁREA CLAVE #2	ÁREA CLAVE #3
1-	1-	1-
2-	2-	2-
3-	3-	3-

LOS DOLORES MÁS GRANDES

1-
2-
3-



PASO 9: DEFINE TU PÚBLICO OBJETIVO

Todos los pasos anteriores te conducen a éste primer GRAN PASO. Es aquí donde recién utilizarás el Cuadro de Validación PGN™. Lo mejor es que no tienes que inventar nada. Tu público objetivo estará compuesto por:



Ahora sólo completa lo siguiente:

Mi público objetivo es

(EL USUARIO DE TU PRODUCTO ELEGIDO EN EL PASO 7)

Que no quiere

(DOLOR MÁS GRANDE #1)

(DOLOR MÁS GRANDE #2)

(DOLOR MÁS GRANDE #3)

¡Por fin estás listo para empezar a completar el Cuadro de Validación PGN!

-Ahora sólo completa la 1ra parte del Cuadro de Validación PGN: *Micro Mercado de Alta Demanda*-

CUADRO DE VALIDACIÓN PGN™

MICRO MERCADO DE ALTA DEMANDA

Público Objetivo:

Variables Comunes:

..... 1 2 3

PROPUESTA MÍNIMA DE ALTO VALOR

INCENTIVO:	HISTORIA:	PROPUESTA:

FÓRMULA SIMPLE DE MAYOR RENTABILIDAD

..... - =

[Valor Máximo Ofrecido] [Costo Unitario Mínimo] [Ganancia Maximizada por Venta]

SECCIÓN 3:

EL NEGOCIO

CAPÍTULO 5:

CÓMO BENEFICIARTE DE LA COMPETENCIA

PASO 10

ACCIONES A REALIZAR

Muy bien. Empezaremos espionando legalmente a tu competencia.

¿Cómo lo hacemos? investigando las opiniones, quejas y reclamos por parte de los clientes actuales de tu competencia. Veámoslo ahora.

PASO 10: ESPÍA LEGALMENTE A TU COMPETENCIA

Algo que tienes que tener en cuenta es que, lo que investigues en esta parte tiene que ver básicamente con los dos siguientes puntos:

1. Qué es lo que a tu público objetivo **NO LES GUSTA** de los competidores actuales. Qué es lo que a ellos les molesta, qué les desagrada respecto a las propuestas que tienen para vender el producto o servicio que has seleccionado.
2. Cuáles son los problemas, quejas o reclamos que experimentan los consumidores al interactuar con el servicio al cliente de tus competidores.

Ten presente todos los puntos mencionados anteriormente durante todo el proceso siguiente. Empecemos:


- ☐ **Redes Sociales.-** Visita las páginas en facebook (*fanpage*) y los canales de YouTube de las empresas y/o de los productos o servicios que has encontrado hasta ahora en tu investigación. También puedes hacerlo otras redes sociales. Revisa los comentarios que hace la gente en sus publicaciones y videos, así como también en la sección Opiniones que tienes las páginas en Facebook.
- ☐ **Plataformas y sitios web.-** También puedes revisar las plataformas o sitios web donde tus competidores vendan sus productos, y buscar en los comentarios y/o calificaciones que dejan sus clientes. Nuestra misión es observar todo lo que podamos.

- (Recuerda que debes hacerlo con un mínimo de 30 comentarios)

[illegible]

- Ahora debes identificar los 3 problemas o molestias más grandes, basado en aquellos que tengan un puntaje más alto.

-Ahora sólo completa la 1ra parte de la Tarjeta de Identificación: *Propuesta Mínima de Alto Valor*-

 **PROPUESTA MÍNIMA DE ALTO VALOR**
-TARJETA DE IDENTIFICACIÓN-

LOS GRANDES PROBLEMAS DE LA COMPETENCIA

1-
2-
3-

PROPUESTA ÚNICA DE VALOR

Beneficio específico muy fuerte que no ofrece la competencia:

DESCRIPCIÓN MÍNIMA DE LA PROPUESTA

CAPÍTULO 6:

CÓMO SOBRESALIR RÁPIDO ENTRE TUS COMPETIDORES

PASO 11 y 12

ACCIONES A REALIZAR

Muy bien. Ahora es momento de darle mayor forma a tu negocio.

Ahora que ya sabes qué producto o servicio ofrecer, tu trabajo ahora es presentar ese producto o servicio en una forma en la que tu mercado lo quiera o lo desee casi con desesperación.

Para lograr este objetivo, tienes que representar una diferencia. Recuerda, no puedes ser más de lo mismo.

La idea es que tu público objetivo pueda decir algo así como: **“Justo lo que andaba buscando. ¡Por fin alguien me escuchó!”**

O en un escenario ideal, que puedan decir algo así como: **“Wow, esto es mucho mejor de lo que me imaginé. ¡Me fascina!”**

PASO 11: ESTABLECE LA PUV DE TU PRODUCTO


Con toda la información que ahora tienes, sobre todo con la información que has obtenido al investigar los dolores de tu público objetivo y las debilidades de tu competencia, ahora estas en la capacidad de analizar y poder determinar cuál será tu *Proposición Única de Ventas*.

Recuerda los 3 puntos que debes tener en cuenta:

1. Debes hacer una *proposición* a tus consumidores basada en beneficios específicos.
2. La proposición debe ser una que la competencia *no ofrezca* o que no esté en condiciones de ofrecer.
3. La proposición debe ser lo suficientemente fuerte como para que se decidan a probar lo que ofreces y luego cambiar y quedarse contigo.

[illegible]

-Ahora sólo completa la 2da parte de la Tarjeta de Identificación: *Propuesta Mínima de Alto Valor*-


 **PROPUESTA MÍNIMA
DE ALTO VALOR**
-TARJETA DE IDENTIFICACIÓN-

LOS GRANDES PROBLEMAS DE LA COMPETENCIA

1-
2-
3-

PROPUESTA ÚNICA DE VALOR

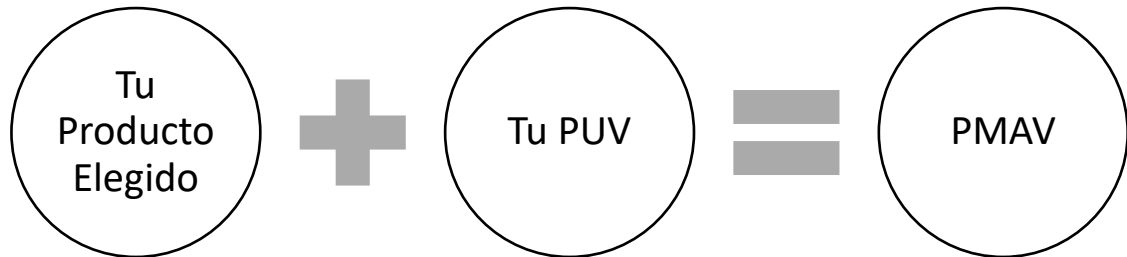
Beneficio específico muy fuerte que no ofrece la competencia:



DESCRIPCIÓN MÍNIMA DE LA PROPUESTA

PASO 12: DESCRIBE TU PROPUESTA MÍNIMA DE ALTO VALOR

Ahora lo que tienes que hacer es sencillo. Tu propuesta mínima de alto valor no es otra cosa que la unión de:



-Ahora sólo completa la 3ra parte de la Tarjeta de Identificación: *Propuesta Mínima de Alto Valor*-

The image shows a form titled "PROPUESTA MÍNIMA DE ALTO VALOR -TARJETA DE IDENTIFICACIÓN-". The form is divided into three main sections, each with a blue header bar. The first section is "LOS GRANDES PROBLEMAS DE LA COMPETENCIA" and contains three numbered lines (1-, 2-, 3-) for input. The second section is "PROPUESTA ÚNICA DE VALOR" and contains a line for "Beneficio específico muy fuerte que no ofrece la competencia:". The third section is "DESCRIPCIÓN MÍNIMA DE LA PROPUESTA" and contains a large gray area for input. A red arrow points to the bottom left corner of this large gray area.

SECCIÓN 4:
EL CAPITAL

CAPÍTULO 7:

LA HABILIDAD #1 PARA CONSEGUIR
CAPITAL RÁPIDO

PASO 13

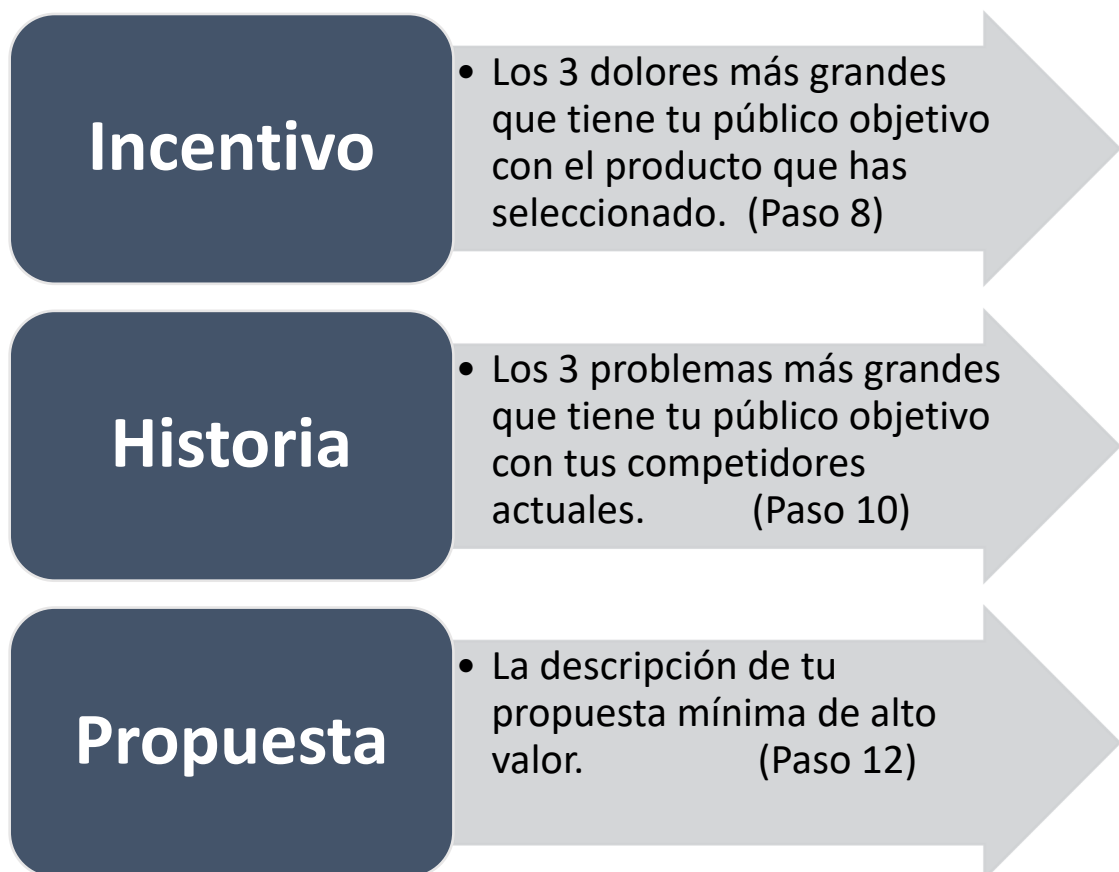
ACCIONES A REALIZAR

Ahora es momento de poner en práctica la técnica IHP.

-VE A TU ÁREA DE MIEMBROS PARA VER EL VIDEO EN EL QUE TE AYUDARÉ CON EL SIGUIENTE PASO-

PASO 13: IDENTIFICA Y DEFINE TU I.H.P.

Ahora lo que tienes que hacer es sencillo. Deberás basar cada uno de los 3 elementos de esta técnica en:



-¡Por fin estás listo para seguir completando el Cuadro de Validación PGN!

-Ahora sólo completa la 2ra parte del Cuadro de Validación PGN: *Propuesta Mínima de Alto Valor*-

CUADRO DE VALIDACIÓN PGN™

MICRO MERCADO DE ALTA DEMANDA

Público Objetivo:

Variables Comunes:

..... 1 2 3

PROPUESTA MÍNIMA DE ALTO VALOR

INCENTIVO:	HISTORIA:	PROPUESTA:

FÓRMULA SIMPLE DE MAYOR RENTABILIDAD

..... - =

[Valor Máximo Ofrecido] [Costo Unitario Mínimo] [Ganancia Maximizada por Venta]

CAPÍTULO 8:

CÓMO ASEGURAR Y DEFINIR TU CAPITAL SEMILLA

PASO 14

ACCIONES A REALIZAR

¡Genial! Ya estás aquí. ¡Mira cuanto has avanzado!

Aquí tienes sólo una cosa por hacer:

1. Definir la *primera parte* del monto total de dinero que necesitarás como capital inicial para tu negocio.

¿Sencillo no? Empecemos.

PASO 14: DEFINE EL MONTO DE TU CAPITAL INICIAL

Para definir la primera parte del capital aproximado que necesitarás ya sabes lo que tienes que hacer: asegúrate de identificar la *Unidad Básica de tu Negocio*.

Sé lo más cauteloso y sincero posible. No inventes un monto. Haz un cálculo real y define en una especie de presupuesto todo lo que vas a necesitar para arrancar tu negocio en su mínima expresión.

Realiza las siguientes actividades utilizando el cuadro de la siguiente página:

- ☐ Haz una lista de las *cosas* indispensables que debes tener para poder empezar tu negocio en su mínima expresión. Todavía no llenes nada en el campo: “*Producción de primer lote de prueba*”, eso lo veremos en el siguiente capítulo. Por ahora enfócate en la lista de cosas como una computadora, un escritorio, una máquina en particular, etc.
- ☐ Al lado de cada cosa de tu lista utiliza la columna “costo actual” para especificar lo que te va a costar comprarla. Si ya tienes algunas de estas cosas ¡genial! igual ponlas en la lista y asígnales un valor referencial en la última columna “valor actual”.
- ☐ Ahora repasa tu lista y verifica si hay en ella algo que no es indispensable y que podrías adquirir después. Táchalo de tu lista y quítalo.
- ☐ Finalmente, suma todo lo que te quedó en la lista de la columna “costo actual”.

Cálculo del Capital Inicial

Cosas indispensables para empezar mi negocio en su mínima expresión	Costo Actual	Valor Actual
-Producción de primer lote de prueba:		
SUMA TOTAL		

SECCIÓN 5:
EL LANZAMIENTO

CAPÍTULO 9:
LAS 4 COSAS QUE DEBES HACER ANTES DE
LANZAR TU NEGOCIO

PASOS 15, 16 y 17

PASO 16: DEFINE LOS FACTORES INTERNOS DE TU MARCA

Lo que tienes que hacer en este es más importante que definir los factores externos de tu marca, por lo tanto, debes dedicarle el tiempo necesario ahora y sobre todo en el futuro a corto, mediano y largo plazo.

**-VE AL VIDEO DE IMPLEMENTACIÓN PARA AYUDARTE
CON ESTE PASO-**

Factores Internos

- ☐ Define cual será la promesa más importante que le harás a tus clientes y comprométete a mantenerte fiel a ella. Escríbelo:

- ☐ Decide ahora como corregirás los errores que cometas con tus clientes. Anótalo:

PASO 17: DEFINE LOS FACTORES EXTERNOS DE TU MARCA

-VE AL VIDEO DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTE PASO-

Factores Externos

- ☐ Define el nombre de tu negocio o marca principal utilizando los tres factores que analizamos anteriormente: fácil de recordar, corto y con personalidad. Escríbelo aquí:

- ☐ Define también el nombre de tu producto inicial y escríbelo aquí:

- ☐ Define el color(es) principal(es): _____
- ☐ Define tu logotipo. A menos que seas un diseñador te recomiendo que te asesores con un diseñador gráfico profesional y pagues para que se haga cargo de todo. No te preocupes por los gastos, solo inclúyelos en el presupuesto de tu capital inicial.

CAPÍTULO 10:

LA MEJOR FORMA DE AUMENTAR TUS MÁRGENES DE GANANCIA

PASOS 18, 19, 20 y 21

ACCIONES A REALIZAR

Es momento de hacer tu producto o servicio mucho más rentable que el de tu competencia.

PASO 18: DEFINE LOS 3 ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS PARA INCREMENTAR EL VALOR DE TU PROPUESTA

Elemento#1

Empecemos por definir el elemento complementario #1 de tu propuesta: **una herramienta.**

Recuerda que tiene que ser algo que le ayude a realizar alguna tarea o actividad directamente relacionada con el producto o servicio que estás ofreciendo.

Recuerda también que la clave está en solucionar algunos de los problemas de tu público objetivo y que has identificado en los pasos 8 y 10.

La herramienta es:

Elemento#2

Ahora vamos definir el elemento #2: un complemento tangible.

Recuerda que la clave está en solucionar algunos de los problemas de tu público objetivo y que has identificado en los pasos 8 y 10.

El tangible es:

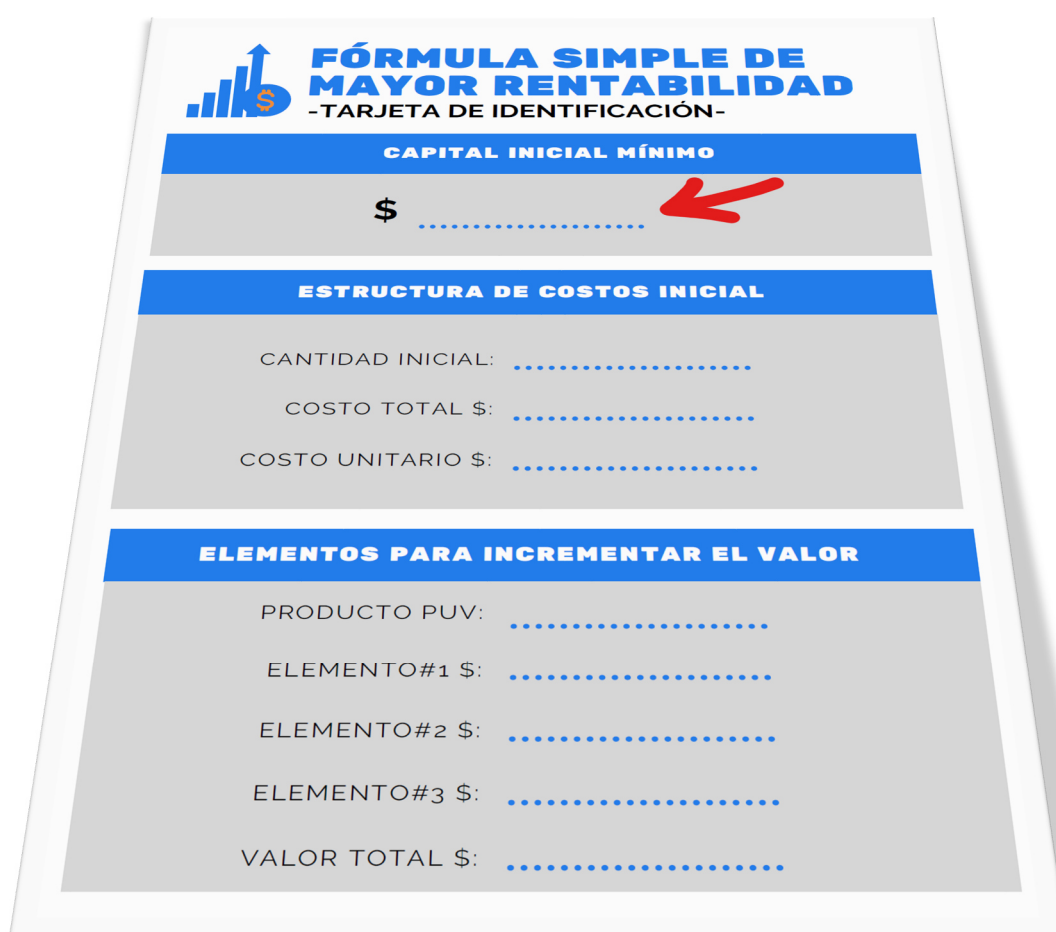
Elemento#3

Ahora vamos definir el elemento #3: un complemento intangible.

Recuerda que la clave está en solucionar algunos de los problemas de tu público objetivo y que has identificado en los pasos 8 y 10.

El intangible es:

-Ahora sólo completa la 1ra parte de la Tarjeta de Identificación: *Fórmula Simple de Mayor Rentabilidad*-



FÓRMULA SIMPLE DE MAYOR RENTABILIDAD
-TARJETA DE IDENTIFICACIÓN-

CAPITAL INICIAL MÍNIMO

\$

ESTRUCTURA DE COSTOS INICIAL

CANTIDAD INICIAL:

COSTO TOTAL \$:

COSTO UNITARIO \$:

ELEMENTOS PARA INCREMENTAR EL VALOR

PRODUCTO PUV:

ELEMENTO#1 \$:

ELEMENTO#2 \$:

ELEMENTO#3 \$:

VALOR TOTAL \$:

Y también ahora ya tienes los datos que necesitas para seguir completando lo que sigue.

-Ahora sólo completa la 2da parte de la Tarjeta de Identificación: *Fórmula Simple de Mayor Rentabilidad*-

FÓRMULA SIMPLE DE MAYOR RENTABILIDAD
-TARJETA DE IDENTIFICACIÓN-

CAPITAL INICIAL MÍNIMO

\$

ESTRUCTURA DE COSTOS INICIAL

CANTIDAD INICIAL: 

COSTO TOTAL \$:

COSTO UNITARIO \$:

ELEMENTOS PARA INCREMENTAR EL VALOR

PRODUCTO PUV:

ELEMENTO#1 \$:

ELEMENTO#2 \$:

ELEMENTO#3 \$:

VALOR TOTAL \$:

PASO 20: DEFINE EL VALOR DE TU PROPUESTA Y EL PRECIO DE LANZAMIENTO DE TU PRIMER PRODUCTO O SERVICIO

En primer lugar, definiremos el valor de cada uno de los elementos de tu propuesta.

Para definir el valor de tu **Producto PUV**, recuerda que no puede ser el mismo de la competencia, ya que tu estás ofreciendo más valor.

Para definir el valor de los **3 Elementos Complementarios** la medida que debes utilizar es ¿Cuánto dolor alivia este elemento? Mientras mayor dolor alivie, mayor valor tendrá.

En todo momento de esta parte del proceso, recuerda que no estamos definiendo el costo de cada uno de estos elementos. Eso ya lo vimos en el paso anterior. Así que olvídate de ello ahora.

Lo que aquí estamos definiendo es el VALOR.

-MIRA EL VIDEO QUE VIENE CON ESTE PASO Y UTILIZA LA SIGUIENTE TABLA PARA ESPECIFICAR EL VALOR DE CADA ELEMENTO-

Descripción	Valor
Producto PUV	
Herramienta	
Tangible	
Intangible	
<i>Valor Máximo Ofrecido:</i>	

Y ahora ya tienes los datos que necesitas para terminar de completar lo que sigue.

-Ahora sólo completa la 3ra parte de la Tarjeta de Identificación: *Fórmula Simple de Mayor Rentabilidad*-

FÓRMULA SIMPLE DE MAYOR RENTABILIDAD
-TARJETA DE IDENTIFICACIÓN-

CAPITAL INICIAL MÍNIMO

\$

ESTRUCTURA DE COSTOS INICIAL

CANTIDAD INICIAL:

COSTO TOTAL \$:

COSTO UNITARIO \$:

ELEMENTOS PARA INCREMENTAR EL VALOR

PRODUCTO PUV:

ELEMENTO#1 \$:

ELEMENTO#2 \$:

ELEMENTO#3 \$:

VALOR TOTAL \$:

Una flecha roja apunta a la sección 'ELEMENTOS PARA INCREMENTAR EL VALOR'.

¡Por fin estás listo para completar el Cuadro de Validación PGN!

-Ahora sólo completa la 3ra parte del Cuadro de Validación PGN™: *Fórmula Simple de Mayor Rentabilidad*-

CUADRO DE VALIDACIÓN PGN™

MICRO MERCADO DE ALTA DEMANDA

Público Objetivo:

Variables Comunes:

1 2 3

PROPUESTA MÍNIMA DE ALTO VALOR

INCENTIVO:	HISTORIA:	PROPUESTA:

FÓRMULA SIMPLE DE MAYOR RENTABILIDAD

..... - =

[Valor Máximo Ofrecido] [Costo Unitario Mínimo] [Ganancia Maximizada por Venta]

Una vez definido lo anterior y obtenido nuestro *Valor Máximo Ofrecido*, ahora es momento de definir el precio inicial de lanzamiento de tu propuesta.

Recuerda que el precio lo deberás definir en algún punto entre el valor de tu producto PUV y el Valor Máximo Ofrecido.

El precio inicial de lanzamiento es:

¡Felicidades! ¡excelente trabajo!

PASO 21: UTILIZA TU ESTRATEGIA INICIAL DE PUBLICIDAD

¡Excelente! Estás en el último paso de este proceso y ahora es hora de ir al próximo nivel.

-VE AHORA MISMO AL VIDEO DE IMPLEMENTACIÓN DE ESTE PASO PORQUE TE VOY A ENSEÑAR LA FORMA MÁS RÁPIDA DE DARTE A CONOCER CON TU PÚBLICO OBJETIVO-

¡Te espero!

HERRAMIENTAS

INCLUYE:

- ✓ CUADRO DE VALIDACIÓN PGN™
- ✓ SET DE TARJETAS DE IDENTIFICACIÓN
- ✓ ESTRUCTURA DE COSTOS PGN™

CUADRO DE VALIDACIÓN PGN™



CUADRO DE VALIDACIÓN PGN™

MICRO MERCADO DE ALTA DEMANDA

Público Objetivo:

Variables Comunes:

.....
1

.....
2

.....
3

PROPUESTA MÍNIMA DE ALTO VALOR

INCENTIVO:

HISTORIA:

PROPUESTA:

FÓRMULA SIMPLE DE MAYOR RENTABILIDAD

.....
[Valor Máximo Ofrecido]

■

.....
[Costo Unitario Mínimo]

■
■

.....
[Ganancia Maximizada por Venta]



MICRO MERCADO DE ALTA DEMANDA

-TARJETA DE IDENTIFICACIÓN-

ÁREAS CLAVE DE TU INDUSTRIA

1-

2-

3-

PRODUCTOS DE MAYOR DEMANDA

ÁREA CLAVE #1

1-

2-

3-

ÁREA CLAVE #2

1-

2-

3-

ÁREA CLAVE #3

1-

2-

3-

LOS DOLORES MÁS GRANDES

1-

2-

3-



PROPUESTA MÍNIMA DE ALTO VALOR

-TARJETA DE IDENTIFICACIÓN-

LOS GRANDES PROBLEMAS DE LA COMPETENCIA

1-

2-

3-

PROPUESTA ÚNICA DE VALOR

Beneficio específico muy fuerte que no ofrece la competencia:

DESCRIPCIÓN MÍNIMA DE LA PROPUESTA



FÓRMULA SIMPLE DE MAYOR RENTABILIDAD

-TARJETA DE IDENTIFICACIÓN-

CAPITAL INICIAL MÍNIMO

\$

.....

ESTRUCTURA DE COSTOS INICIAL

CANTIDAD INICIAL:

COSTO TOTAL \$:

COSTO UNITARIO \$:

ELEMENTOS PARA INCREMENTAR EL VALOR

PRODUCTO PUV:

ELEMENTO#1 \$:

ELEMENTO#2 \$:

ELEMENTO#3 \$:

VALOR TOTAL \$:



ESTRUCTURA DE COSTOS PGN™

-FORMATO SIMPLIFICADO-

PRODUCTO	
----------	--

CANTIDAD	
----------	--

CONCEPTO	FIJO	VARIABLE	TOTALES
----------	------	----------	---------

PRODUCTO PRINCIPAL			
Materia Prima			
Mano de obra			
Administrativo			
PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS			
Herramienta			
Tangible			
Intangible			
PUBLICIDAD Y ENTREGA			
Servicios web			
Publicidad			
Transporte			

COSTO TOTAL	
-------------	--

COSTO UNITARIO	
----------------	--