

# PASOS PARA MONTAR UNA MINI EMPRESA

1. Organización: establecer un cuaderno para planificarse y realizar un seguimiento de citas, cosas que hacer, llamadas, recados, ir de compras. Crear un calendario de trabajo.
2. Decidir el tipo de negocio: hacer una lista de cosas que te gustan, tu experiencia laboral y aportaciones que se pueden utilizar en el negocio.
3. Investigación: investigar sobre el tipo de negocio que decidiste emprender y estudiar la competencia. Buscar casos de éxito sobre el negocio en tu región.
4. Elige el tipo de régimen fiscal: elegir el más adecuado porque de ello depende tus retenciones y gastos deducibles sean aplicados de la mejor manera.
5. Escribir un plan de negocios: incluir una descripción del producto, cuánto se va a promover y cuánto dinero se necesita para los gastos iniciales.
6. Determinar de donde provendrá el dinero para la iniciación: puedes invertir con tu propio dinero, pedir un préstamo o encontrar otros inversionistas.
7. Elegir el nombre de dominio, nombre del proyecto/producto y registrarlo.
8. Diseñar la publicidad: una buena presentación atractiva ayudará a tener más éxito y más compradores.

9. Crear una página web: es importante que la gente pueda acceder a la información del producto de manera online.

10. Abrir una cuenta de cheques de negocio: llamar a varios bancos para averiguar cuáles son los servicios que ofrecen. Los gastos bancarios pueden ser importantes por lo que hay que darse una vuelta por la mejor oferta.

11. Obtener licencias y permisos: es muy importante tener todos los permisos y licencias para no tener problemas legales.

## COSAS A TENER EN CUENTA

1. Poco capital: Un problema importante en la creación de una empresa es la poca inversión. La financiación para las empresas puede no ser posible si la empresa no tiene un fuerte historial financiero.

2. Recursos limitados: Contar con recursos económicos limitados o pocos insumos puede crear un entorno difícil al establecer un negocio. Las nuevas empresas no pueden tener acceso a ellos en función de los acuerdos en vigor para las empresas existentes que actualmente utilizan estos recursos.

3. Pequeño mercado objetivo: El intento de llegar a un pequeño mercado objetivo puede impedir que la compañía gane la mayor

cantidad de beneficios vendiendo sus productos. Los mercados más pequeños también compran bienes sustitutos o inferiores, disminuyendo la cuota de mercado de la empresa a través de la competencia.

4. Cambios en el comportamiento del consumidor: Las personas o dueños de negocios que crean nuevas empresas por lo general tratan de llenar un nicho de mercado o una demanda no satisfecha de los consumidores. El potencialmente largo tiempo involucrado en la creación de la empresa puede ser un problema.