

Trabajar desde casa

Viviana P. Slesaransky
En carrera ... ¡desde casa!

Trabajar desde casa ... trabajar desde casa ... ¿¿¿trabajar desde casa???

¿Qué significa trabajar desde casa? ¿Se puede trabajar desde casa? Sí, se puede trabajar desde casa. Se trata de una modalidad de trabajo que se está difundiendo ampliamente a nivel mundial, ya sea para emprendimientos propios como para emprendimientos ajenos. El trabajo desde casa puede estar dirigido a:

- ✓ clientes propios,
- ✓ tercerización de servicios,
- ✓ empleadores que desean reducir los costos de mantenimiento de sus oficinas o talleres, disminuir los costos de los insumos o materias primas, no contratar personal en relación de dependencia y demás beneficios que se obtienen al reducir la infraestructura empresarial.

En este libro me abocaré a desarrollar la idea de emprendimientos propios, donde cada una y cada uno sea su propia jefa o jefe, su propia mentora o mentor, en el que deberemos convertirnos (al menos en un principio) en *directoras y directores de orquesta*, ya que tendremos que centralizar la prestación del servicio, la manufactura del producto, la administración de nuestro negocio, la administración de nuestro tiempo (laboral y extra laboral), el marketing del producto o servicio, el análisis de los costos, y, lo que es más importante ... obtener la valoración de nuestro trabajo desde casa que, como cualquier otro, constituye un trabajo real y concreto.

La presente es una recopilación de artículos ya publicados que intenta seguir un orden lógico que permita analizar paso a paso el desafío de estar [En carrera ... ¡desde casa!](#)

Estamos celebrando nuestro primer aniversario, y queremos homenajearte con este regalo, en agradecimiento a tu constante apoyo y estímulo.

Índice temático	Página
<i>Introducción</i>	2
¿No encontrás trabajo?	4
Minitest para evaluar tu perfil emprendedor	6
¿Cómo iniciamos un trabajo desde casa?	7
¿Propio o ajeno?	9
Organización del tiempo	11
Investigación de mercado	13
 <i>Marketing</i>	
Presentate en 20 segundos	16
¿Sabés cómo presentar tu nuevo producto o servicio?	18
Diez propuestas para difundir tu negocio desde casa	19
Marketing dinámico: estrategias aplicables	21
Redes de contacto para trabajadores independientes	24
 <i>Ideas</i>	
Ideas para estar En carrera ... ¡desde casa!	26
<i>Brainstorming</i> de ideas	27
 <i>Palabras finales</i>	28
<i>Acerca de la autora</i>	28

¿No encontrás trabajo?

Supongamos que hace un tiempo que estás buscando trabajo en relación de dependencia. Pasás horas leyendo el diario, tratando de hacer contactos entre tus conocidos, buscando gente que te recomiende para puestos que están vacantes en las empresas donde trabajan, pedís entrevistas, etc., etc., etc.

Supongamos, también, que lográs que te citen para conocerte personalmente, que se interesen en tu currículum, que pidan referencias a tus empleadores anteriores, que te parezca que el puesto es tuyo ... Pero después todo se viene abajo ya que no sucede nada: ni te emplean ni te explican por qué no lo hacen.

¿Qué actitud podrías tomar? ¿Seguir buscando trabajo? ¿Deprimirte? ¿Sentirte agobiada o agobiado y sin fuerzas para continuar tu búsqueda? ¡No! Nada de eso debe suceder. Tenés que capitalizar toda la experiencia de tu búsqueda, de tus trabajos previos y de tus antecedentes para aplicarla a algo que puedas hacer por tu cuenta, animarte a ser independiente y animarte a emprender.

Justamente aquí entra en juego la posibilidad de **trabajar desde casa**. ¿No sería maravilloso no tener que cumplir órdenes, no esperar que te digan qué tenés que hacer y qué no, no tener que ceñirte a un horario?

Entonces, analizá tus habilidades, tus capacidades, tus conocimientos, tus gustos, tus posibilidades e intentá hacer lo que quieras por tu cuenta. Verás cuántas ideas se te ocurrirán, cuántos nichos de mercado no explotados encontrarás y descubrirás que podrás cubrirlos vos, que podrás crear productos o servicios no desarrollados por otros que aún no descubrieron que faltan.

En esta sección te presentamos un listado de [posibles negocios](#) (sí, negocios. No necesariamente un negocio tiene que consistir en un local a la calle con una estructura administrativa de varias personas, con más de una línea de teléfono, con campañas publicitarias gigantescas. Podés empezar haciendo todo sola o solo e ir creciendo paulatinamente). Recorré la lista, seguramente descubrirás ideas novedosas y atractivas, o también puede sucederte que a partir de lo que observes te surjan ideas nuevas, ya que el propósito de la enumeración que sigue es sencillamente orientativo,

nada definitivo. Son propuestas adaptables a cada emprendedora y a cada emprendedor, ya que cada uno puede agregar su imaginación y su toque personal para diferenciarse de los demás.

Minitest para evaluar tu perfil emprendedor

Preguntas que deberías responder para evaluarte como posible emprendedora o emprendedor:

- ✓ ¿tenés iniciativa?
- ✓ ¿sos una persona resuelta?
- ✓ ¿te gusta ser independiente?
- ✓ ¿te motivás con facilidad?
- ✓ ¿te tenés confianza?
- ✓ ¿conocés tus fortalezas y debilidades?
- ✓ ¿sos disciplinada o disciplinado?
- ✓ ¿aprendés de tus errores?
- ✓ ¿sos creativa o creativo?
- ✓ ¿sos flexible?
- ✓ ¿sos intuitiva o intuitivo?

Esta es una guía mínima de preguntas para que, a primera vista, puedas medir tu perfil emprendedor. Si te cuesta responder alguna o se te plantean dudas, analizalas, evalualas, tratá de resolverlas y si no, buscá la manera de superarlas. Podés pedir ayuda, ¡nadie nace sabiéndolo TODO! Siempre hay alguien dispuesto a darte una mano.

¿Cómo iniciamos un trabajo desde casa?

¿Cuántas veces nos habremos preguntado si somos capaces de estar [En carrera ... desde casa!](#)? ¿Qué aspectos deberíamos tener en cuenta al evaluar esta posibilidad tan tentadora?

Ante todo, debemos estar convencidas y convencidos de que **queremos** trabajar desde casa. Para ello es necesario analizar ciertas cuestiones fundamentales a la hora de tomar la decisión: conocer nuestras fortalezas y debilidades, saber qué tipo de trabajo queremos realizar, analizar si tenemos la capacidad intelectual y material para concretarlo, evaluar los elementos con los que debemos contar, cuánto dinero necesitaremos para nuestro emprendimiento, entre muchos otros.

Como toda decisión que tomemos en la vida, esta también posee algunos pro y contra que debemos tener muy presentes. Te doy algunos ejemplos:

PRO	CONTRA	SOLUCIÓN
Trabajar cómodamente instaladas e instalados.	Quienes viven con nosotros pueden <i>invadir</i> nuestro espacio de trabajo.	Establecer horarios y lugares lo más estrictos posibles.
Tener independencia económica.	No contar con un ingreso seguro.	Organizar nuestra actividad asignándole la misma importancia que le daríamos si trabajásemos fuera de casa.
Ser nuestra propia jefa o jefe.	Al no tener que 'rendir cuentas', nos tomamos más tiempo que el necesario para cumplir las metas.	Asumir la responsabilidad que la actividad merece, para demostrar y demostrarnos que podemos hacerlo solas y solos en tiempo y forma.
Realizar el trabajo según nuestros propios parámetros.	No tener quién nos oriente.	Analizar concienzudamente qué es lo más apropiado para cada situación.

Te propongo que agregues a esta lista las inquietudes que se te vayan presentando (y cómo las solucionarías); así podrás apreciar que para cada obstáculo que se te presente encontrarás la solución adecuada para concretar tu sueño de estar **En carrera ... ¡desde casa!** ¡Adelante!

¿Propio o ajeno?

Al querer iniciar un trabajo independiente, seguramente se te habrá planteado la duda de si es mejor trabajar sobre un producto o servicio creado por vos o si vender un producto o servicio creado por otros.

Quizás, a primera vista, te parezca que será mucho más fácil comercializar un producto que ya está en el mercado y que sabés que tiene aceptación entre el público. Sin embargo, te sentirás mucho más motivada o motivado si se trata de un producto elaborado por vos.

Para explicarte mejor en qué consiste la diferencia entre vender algo propio o algo ajeno, basta con citar la experiencia de Ángela, editora de una guía práctica que te orienta para construir tu negocio cuando tenés un presupuesto restringido.

Ángela cuenta que cuando se dedicaba a comercializar productos de terceros le resultaba muy fácil y práctico no tener que preocuparse por la facturación, el inventario, el envío, el servicio al cliente y las demás cuestiones que una empresa debe manejar; pero que, al mismo tiempo, aquella fue una oportunidad excelente para aprender a vender productos *online*.

Sin embargo, teniendo ahora más experiencia en su haber, su opinión es que "crear un producto propio es una forma mucho más rentable de hacer negocios ...

Entonces, ¿por qué crear un producto propio? Existe una cantidad impresionante de razones que lo justifican. Ante todo, es TUYO. Vuelcas tu conocimiento y tu corazón para crear un producto del que puedes sentirte orgulloso. Llámalo sensación de logro.

Segundo, conoces el producto íntimamente. Sabes para qué sirve y para qué no; puedes hablar con confianza acerca de los beneficios de tenerlo; puedes escuchar la opinión de tus clientes y utilizarla para mejorar el producto. Y las posibilidades son que te inclinarás mucho más a comercializarlo sistemáticamente ... en especial porque toda la ganancia será tuya, en lugar de sólo cobrar una comisión!

Pero un tema más importante aún consiste en que armas tu propia base de clientes. Puedes construir una relación a largo plazo con los consumidores a través de boletines

electrónicos, ofertas especiales, anuncios de nuevos productos ... y tus clientes pueden retroalimentarte constructivamente con sus testimonios y refiriéndote otros negocios.

Vender un producto ajeno es una manera maravillosa de obtener ingresos. Sin embargo, al vender tu propio producto tienes la posibilidad de concentrarte en tu propio éxito y en tus propios fines. ¡Eso sí es lograr una meta!”

Organización del tiempo

Cuando decidimos estar [En carrera ... ¡desde casa!](#) hay un aspecto muy importante que no debemos dejar de lado: cómo organizar nuestro tiempo.

Quizás antes de comenzar a trabajar con esta nueva modalidad hayamos tenido un trabajo estable con una jornada laboral de ocho horas. Nos organizábamos para salir en un horario y regresar en otro; pero al iniciar esta etapa de trabajo independiente, deberemos darle mucha importancia a cómo emplearemos las horas que le dediquemos.

Estando en casa es muy fácil distraerse con otros quehaceres (leer el diario, hablar por teléfono, ordenar un placard, preparar comida, etc.). Sin embargo, estar [En carrera ... ¡desde casa!](#) hace que, imperiosamente, le debamos asignar un horario a cada actividad. De lo contrario, se nos pasará el día en distracciones que no resultarán productivas.

Al finalizar este capítulo te presento un ejemplo de un día típico de trabajo.

Obviamente que no todos tenemos las mismas obligaciones o niños que atender. Si tenés hijos, puede ocurrir que la escuela a la que concurren sea de doble escolaridad, con lo cual dispondremos de más tiempo para adelantar trabajo mientras ellos no están. Quizá puedan movilizarse solos y eso nos permita disponer de más tiempo para nuestro trabajo. La distribución horaria propuesta a continuación es sólo orientativa, cada una y cada uno podrá adaptarla a sus propias necesidades. Lo fundamental es tener una verdadera organización del tiempo para que nos rinda y sea tan productivo como debe ser. Pero ... ¡atención!, no debemos ser estrictos con este esquema, tenemos que saber que puede flexibilizarse según las necesidades de cada día. Entonces ... ¡a organizarse se ha dicho!

6.30 a 8.00	Levantarnos, preparar el desayuno y las viandas para nuestros hijos (si los tenemos). Ayudarlos a vestirse. Otras actividades propias de esta franja horaria.
8.00 a 9.00	Llevarlos al colegio.
9.00 a 12.30	Horas disponibles para trabajar.
12.30 a 14.00	Buscarlos del colegio. Almuerzo.
14.00 a 17.00	Mientras ellos se ocupan de sus tareas escolares, nosotras nos dedicamos a nuestro trabajo.
17.00 a 17.30	Merienda.
17.30 a 19.00	Si nuestros hijos realizan actividades extraescolares, es el momento de acercarlos hasta dicho lugar y esperarlos hasta que se desocupen. Nosotras podemos realizar compras o leer algún material que necesitemos para mantenernos actualizadas, y así aprovechar ese tiempo.
19.00 a 21.00	Preparación de la cena y baño. Cena.
21.00 a 22.30	Terminar o adelantar tareas laborales pendientes.
22.30 a 24.00	Mirar televisión, leer, conversar con nuestra pareja, momento de relax.
24.00 a 6.30	Dormir para recomenzar al día siguiente.

Investigación de mercado

Todo aquel que quiera iniciar su propio emprendimiento debería realizar una investigación de su mercado potencial. La misma debe ser integral y nunca debe ser perdida de vista. ¿De qué serviría invertir tiempo y dinero en una clientela que no existe o que no está interesada en tu producto o servicio?

No creas que esta herramienta se aplica sólo a las grandes empresas, aunque así parezca a primera vista. Quien desee lanzar su emprendimiento no debería obviar este paso previo.

¿Cómo realizar tu propia investigación de mercado? Pues recabando y analizando la información que necesitás para tomar decisiones que se relacionen con tu proyecto.

Podrías hacerla sola, solo o contratar a algún especialista. Sin embargo, ¡podés llevarla a cabo vos! ¿Cómo? Si tu emprendimiento ya está en marcha, muy probablemente estarás haciendo tu propia investigación de mercado de manera informal y sin darte cuenta. Cada vez que hablás con un cliente para saber qué necesita, al escuchar sus sugerencias para mejorar el producto, o cuando conversás con algún proveedor, estás llevando a cabo TU investigación de mercado.

Es aconsejable, a los fines prácticos, tener en cuenta los siguientes aspectos para no perder de vista lo esencial: información de tus **clientes** (¿hacia dónde enfocar tus esfuerzos?, ¿cómo satisfacer la demanda?); cómo cuidar y mejorar la atención al cliente; dónde concentrar tu energía para desarrollar nuevos productos y servicios.

La información que obtengas de tu **competencia** puede ayudarte a definir las siguientes cuestiones: ¿qué productos o servicios poseen una demanda insatisfecha (para cubrirla vos)?; ¿cómo optimizar tu producto para diferenciarte?; ¿cómo ampliar tu participación en el mercado?

Y, finalmente, las **variables económicas, sociales y políticas** que pueden influir en la economía e impactar directamente en tu negocio.

Seguramente, el acopio de toda esta información te insumirá mucho tiempo, pero es una "inversión" sumamente valiosa, ya que serán las herramientas con que contarás para tener una visión cabal de tu empresa y de tus posibilidades de crecimiento.

Ahora detectaremos cuál es la **necesidad** del mercado. Supongamos que te dedicás a la fabricación de cortinas artesanales y sabés que no es fácil encontrar profesionales que sepan cómo limpiarlas adecuadamente. Como sos quien las fabrica, sabés qué cuidado hay que tener para que no se manchen, no se arruguen o no se altere su aspecto. Entonces, ¿por qué no agregar una 'unidad de negocio' nueva, en la cual ofrezcas a tus clientes el mejor servicio sobre cómo realizar la limpieza de ese tipo de cortinas, qué productos utilizar, con qué frecuencia se las debe limpiar para que siempre tengan aspecto de nuevas, etc., etc.?

Primeramente podés llamar a las tintorerías de tu zona, como si fueras una clienta o un cliente que necesita un servicio como el mencionado, para saber si podrían solucionar tu problema de limpieza. Si lo hacen, les podrías preguntar qué productos utilizan, si las lavan a seco o con otra técnica, y otras preguntas que se te ocurran. Si ellos te sorprenden respondiéndote que pueden prestarte ese servicio (¡y vos creías que nadie lo hacía!), entonces, en lugar de enfocarte a promocionar la limpieza de cortinas artesanales, tratarás de mejorar la oferta que hace tu competencia, añadiéndole un valor agregado que permita diferenciarte.

Si, curiosamente, descubris que nadie presta ese servicio, podés empezar preguntándoles a tus clientes actuales y potenciales si les interesaría contar con esa prestación adicional, o si preferirían limpiarlas por su cuenta. Si se inclinan por la segunda opción, muy probablemente el resto del mercado al que te dirigís opine igual que ellos. Pero si te responden que sería mejor que vos te ocuparas de limpiarlas, podrías seguir investigando con esos mismos clientes con qué frecuencia las limpiarían, cuánto estarían dispuestos a pagar por el servicio, si les interesaría que fueras a sus casas a descolgarlas, llevártelas para limpiar y volverlas a colgar, o si ellos te las acercarían hasta tu casa (acordate que estás [En carrera ... ¡desde casa!](#)) o negocio, y montones de preguntas más, las mismas que VOS le harías a quien te ofreciera un servicio con esas características.

Un consejo adicional. Para que tu investigación de mercado sea exitosa (tanto como si se la encargaras a una consultora especializada), deberías tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Sé cuidadosa o cuidadoso al elegir a quienes dirijís tus preguntas. De nada sirve que evacues tus dudas preguntándole a clientes que prefieren los cortinados de seda o que no les gustan las cortinas artesanales.
2. Tratá de armar un cuestionario modelo, no te bases solamente en preguntas realizadas al azar, tratá de seguir un método para homogeneizar todas las preguntas y respuestas; caso contrario, no todos los clientes responderán a todas tus inquietudes con respuestas "comparables".
3. Deberías saber de antemano qué resultados estás esperando. Por ejemplo, si de todos los clientes potenciales a quienes encuestás te responde afirmativamente sólo el 10 por ciento ... ¿vale la pena poner en marcha el proyecto? ¿Y si cambiás en algo tu propuesta? ¿O es mejor dejarla de lado y encarar otra? Seguramente se te ocurrirán muchas otras señales importantes que te ayudarán a evaluar tu idea. Lo importante es que las tengas en claro antes de lanzarte al mercado.

Finalmente, no pierdas de vista el tiempo que te llevará hacer la investigación. Es sumamente importante que cuentes con esa información para saber si tu idea funciona, pero no podés esperar demasiado para tomar la decisión. Y eso también corre por tu cuenta.

Presentate en 20 segundos

Una vez escuché una anécdota en la que una emprendedora conversaba con el dueño de un restaurante, quien le comentó que además del local de comidas poseía un emprendimiento que lo manejaba desde su casa, y en el que le iba muy bien.

La mujer le pidió que le contara de qué se trataba y durante los 5 minutos siguientes su interlocutor le explicó que manejaba algo así como un centro comercial en Internet, y la invitó a "visitarlo" *on-line*. Le proporcionó la dirección electrónica, y siguió atendiendo a los comensales. Pero ella no le entendió; al terminar la conversación, no tenía ni idea de cuál era ese otro negocio.

¿Sos capaz de explicarle a un extraño tu negocio en 20 segundos o menos? ¿Podrías hacerlo de manera tal que si necesitase tu producto o servicio quisiera obtener más detalles? Si no es así, entonces tenés que preparar tu propia presentación.

En cualquier lugar al que vayas podrás encontrar clientes potenciales y no dispondrás de demasiado tiempo para hablar. Si no podés explicar claramente tu negocio en apenas unos segundos, podrías perder la oportunidad de que alguien se interese en lo que hacés, alguien que podría convertirse en un buen cliente ... si conociera tu negocio.

Podríamos hablar de una "presentación en el ascensor". ¿Por qué? Porque si estás en un ascensor con un desconocido y mientras suben te pregunta a qué te dedicás, sólo contarás con unos pocos segundos para explicárselo antes de que alguno de los dos baje.

Seguramente no podrás expresarte con lujo de detalles, pero ese no es el objetivo. El objetivo es captar su atención con palabras clave para que te pregunte más.

La mujer del principio de esta historia contó que en una oportunidad se encontró con un viejo conocido. Al preguntarle cuál era su actividad actual, éste le contestó: "Reparo coches", pero ella entendió "Reparo broches" porque había mucho ruido en el

lugar. Cuando le pidió que le explicara un poco más, el hombre le dijo que tenía un taller mecánico muy bien equipado, donde también vendía repuestos para autos y una amplia variedad de cubiertas para coches. ¡Fue perfecto! Con sólo dos palabras (y además imalentendidas!), el mecánico captó la atención de nuestra amiga con una especie de “presentación en el ascensor”, y una vez que ella se interesó (por la curiosidad que le produjeron los términos utilizados), pudo obtener más detalles y comprender cuál era el negocio.

Tené preparada tu “presentación en el ascensor”. De esta manera, cuando tus potenciales clientes te consulten, ¡estarás en condiciones de capturarlos de inmediato!

¿Te gustaría saber cuál es la mía? “Siempre quise estar [En carrera ... ¡desde casa!](http://www.encarreradesdecasa.com) y no sabía por dónde empezar. Por eso, y luego de leer e investigar cómo se hacía, creé este sitio para ayudar a quienes quieran ponerse en marcha para hacer buenos negocios, lograrlo y disfrutarlo.”

Ahora pensá en la tuya.

¿Sabés cómo presentar tu nuevo producto o servicio?

La mejor manera de salir a vender un producto o servicio es presentándolo al mercado de la forma más original posible. Si lo hacés correctamente, tendrás grandes posibilidades de que se convierta en un éxito.

- a) Orientá tu ofrecimiento a quienes puedan estar interesados en el mismo. No pierdas tiempo con clientes que de antemano no manifiestan ningún interés por tu propuesta. En su lugar, dirigí todos tus esfuerzos al mercado que necesite imperativamente ese producto o servicio y no sepa que existe.
- b) Remarcá aquello que diferencia a tu producto de los que ya existen en el mercado.
- c) Citá los testimonios de quienes ya lo han adquirido y están muy entusiasmados por promocionarlo con su experiencia.
- d) Un experto en marketing recomienda invertir la mitad del presupuesto de promoción en los primeros tres meses, para “entrar pisando fuerte”. Luego destiná el cincuenta por ciento restante a mantenerte visible el resto del año.

Diez propuestas para difundir tu negocio desde casa

Sabemos que si bien es muy cómodo y ventajoso trabajar desde casa, también acarrea la desventaja de que no es fácil para los potenciales clientes encontrarnos.

Yvonne Buchanan propone diez formas para dar a conocer tu negocio desde casa, a saber:

1. **"Comunicados de prensa.** Cuando das a conocer tu negocio consigues un nuevo cliente, ofreces un nuevo servicio, te involucras en acontecimientos de interés periodístico. Redacta un comunicado de prensa y envíalo a las publicaciones que creas que les va a interesar tu producto (aquellas que sabes que lee tu mercado potencial).
2. **Comisión de asesores.** Selecciona profesionales de varias disciplinas para que actúen como una comisión informal de asesores. Compénsalos de alguna manera, ya sea con un almuerzo mensual o quincenal, productos o servicios gratuitos. Además de ser tu caja de resonancia, estas personas pueden recomendar tu negocio con entusiasmo.
3. **Sitio web.** Tu sitio web es un excelente espacio para anunciar nuevos productos o servicios. Si no lo posees, existen muchos servidores que ofrecen alojamiento gratuito o a muy bajo costo para páginas web sencillas.
4. **Boletín electrónico.** Considera la posibilidad de redactar un boletín electrónico o una carta en la forma tradicional y envíala a clientes potenciales y actuales. Asegúrate de que contenga información valiosa para los lectores, no sólo información rimbombante pues esto producirá el efecto contrario al que buscas.
5. **Acontecimiento especial.** Ten en cuenta la posibilidad de anunciar un acontecimiento especial, ya sea en la web o fuera de ella. Una "Casa abierta" virtual que presente tu negocio a tus clientes actuales y potenciales puede despertar su interés.

6. **Publicidad.** En la web se encuentran disponibles varias opciones de avisos clasificados gratuitos o de bajo costo. Asegúrate de que toda la publicidad que realices esté orientada a los lectores que te interesan.
7. **Publicaciones firmadas.** Cerciórate de que todos tus mensajes de correo electrónico contengan una firma que divulgue tu negocio, la forma de contactarte, y una inscripción relacionada con el mismo (por ejemplo, "Fabricantes de galletas 100% naturales").
8. **Obsequios.** Un obsequio es un producto novedoso que regalas a los clientes actuales y a los potenciales. Para que sea eficaz, debe contener el logotipo o nombre de tu empresa y tu información de contacto, y debe relacionarse de alguna manera con tu actividad. Si te dedicas a la edición electrónica, puedes optar por una plantilla atractiva para el *mouse* de tu computadora con el logo de tu compañía, por ejemplo.
9. **Redes de contacto.** Únete a asociaciones de afiliados de tu industria. Encuéntrate con clientes potenciales, socios y proveedores. Asegúrate de distribuir tu tarjeta personal a cada individuo que encuentres. Benefíciate con cada conversación que mantengas.
10. **Socios.** Considera la posibilidad de asociarte con otro emprendedor que ofrezca servicios o productos que se complementen con el tuyo. Cada uno de ustedes duplicará sus listas de contactos y podrá ofrecer un producto más acabado. ¡No se olviden de anunciar esta alianza en alguna publicación!

En definitiva, para hacer circular la información sobre lo que haces sólo es necesario un poco de ingenuidad y esfuerzo. Las recompensas volverán en la forma de más clientes y de un crecimiento mayor para tu empresa."

Marketing dinámico: estrategias aplicables

El marketing tiene una relación directa con los resultados. Para ello debés utilizar todas tus habilidades y conocimientos para obtener el que deseás.

La clave para concretarlo es tu capacidad para adaptarte y anticiparte a los cambios a medida que vas recibiendo nueva información. Quienes alcanzan sus metas son personas con mucha energía y una capacidad especial para generar nuevas ideas de manera constante.

Para ello tenés que comprometerte con el proceso de marketing. Una vez que estés seriamente comprometida o comprometido en alcanzar tus objetivos, estás más capacitada y capacitado para encontrar las herramientas y técnicas que derivarán en los resultados esperados.

Según Brett Krkosska, existen siete maneras dinámicas de crear tu propia magia de marketing.

“1. Mantén tu negocio ‘a mano’

Prácticamente, cada cosa que haces y cada palabra que pronuncias conlleva la oportunidad de promocionar tu negocio. Puede ser sutil o casi invisible, o abierta y explícita, pero nunca se detiene y sucede cada día.

Cada pensamiento que tengas, cada acción que emprendas produce una reacción en algún momento y en algún lugar. El grado en el que pienses concienzudamente cómo promocionar tu negocio determina tu capacidad de ver oportunidades donde sea que se encuentren.

Mantén tu negocio ‘a mano’ en todo momento. Promocionalo todos los días y en cualquier situación.

2. Prueba cómo alcanzar los resultados que persigues

Debes poder medir los resultados de tus esfuerzos de marketing. A menos que tengas una manera de identificar los resultados, nunca podrás utilizar a pleno el poder de un

dólar. Medir los resultados te permite realizar comparaciones entre los modelos que se publicitan y hacer los ajustes a medida que vayan siendo necesarios.

3. Enfoca los resultados de tu inversión

Debes encaminarte a obtener el máximo beneficio de cada dólar que inviertes en publicidad. El costo real de la misma se mide por el retorno de tu inversión, no por el costo de obtener el aviso publicitario. Estate deseoso de gastar más al principio para poder ganar más al final.

De manera menos obvia, este principio es igualmente válido cuando tratas con personas o hechos que parecieran no tener ninguna relación inmediata con tu negocio. Estás invirtiendo tu tiempo. Sé discreto, ya que el tiempo es una mercadería preciosa y limitada. No obstante, nunca olvides que a menudo los negocios nacen y crecen cuando el tiempo ha sido la única inversión inicial.

4. Sé protagonista

Debes ser activo dentro de tu industria. Mantente en contacto con las tendencias actuales, sigue las actividades de tus competidores y habla con personas que tengan ideas afines a las tuyas. Debes estar a la vanguardia ampliando constantemente tus contactos. Descubrirás que podrás explotar tu mercado más fácilmente y orientar tus promociones más exitosamente.

5. Conoce a tus clientes

Entiende quiénes son tus clientes, dónde se reúnen, qué necesitan y por qué ... en una palabra, metete en su piel. Cuando los conoces puedes pulsar el botón de "¿qué hay allí para mí?". Ofréceles más de lo que necesitan (antes y después de la venta), y tus esfuerzos habrán valido la pena.

6. Benefícialos

Date cuenta de que cuando las personas se interesan por algo, tienen un apetito feroz de información. Si han realizado una compra impulsivamente, quieren información

para justificar su decisión. Si no han decidido comprar, la necesitan antes de sacar su tarjeta de crédito. De cualquier manera, debes adelantarte para asegurar la venta. Trata de informar al cliente en lugar de venderle. Infórmalo de manera tal que le demuestres qué ganarían comprándote. Dale lo suficiente para que sienta un poder de compra para el que dispone de abundante información.

7. Utiliza el poder de las palabras

Las palabras son mágicas cuando se comprende su poder. En manos de un comerciante hábil, las palabras se acomodan para crear un sentido de necesidad y urgencia en las personas.

Las palabras despiertan emociones. Bien utilizadas pueden fomentar una imaginación mental vívida y seductora. Pueden inspirar la confianza de un espía o satisfacer la lógica de un matemático. Pueden motivar a las personas para que actúen sobre necesidades y deseos insatisfechos. Utiliza las palabras para inducir respuestas emocionales y concretarás tus objetivos de comercialización.

Rudyard Kipling decía que las palabras constituyen una droga poderosa. Toma ventaja del lenguaje y aprovecha el poder de esta droga.”

Estas estrategias son muy poderosas para implementar un marketing dinámico. Intentá aplicarlas y pronto verás los resultados.

Redes de contacto para trabajadores independientes

Ya sabemos que quien quiera iniciar su propio emprendimiento (se trate de la venta de productos o la prestación de servicios) debe armar su propio plan de negocios. Pero además del plan de negocios debe contar con una herramienta sumamente poderosa: una red de contactos.

De hecho, la manera más eficiente de conseguir nuevos negocios es a través de la palabra, es decir, de la recomendación de boca en boca.

A continuación te doy algunos ejemplos para encarar tu red de contactos:

- Tenés que salir de tu casa. Al estar [En carrera ... ¡desde casa!](http://www.encarreradesdecasa.com) nos pasamos muchas horas frente al monitor o trabajando en el producto que vendemos. Por ello es necesario que salgas de tu casa y te des a conocer asistiendo a eventos, cursos, charlas, seminarios.
- ¿A qué te dedicás? ¿Qué es lo que hacés? Estas son preguntas que escucharás reiteradamente en cualquier reunión a la que asistas. Usala como oportunidad para explicarle a los demás cuál es tu trabajo. A la gente le intriga mucho el tema de trabajar de manera independiente, más aún si te estás orientando a un mercado nuevo o emergente.
- Tené siempre a mano tus tarjetas personales ya que muy probablemente tus interlocutores conozcan a otras personas que también puedan interesarse por tus productos o servicios. Al indicarles la forma en que pueden contactarte, se forma otra red en la que tu nombre y tu actividad comienzan a circular.
- ¡No te olvides de Internet! Con el avance de la tecnología, el mundo está al alcance de tu mano. Incluítelo en los motores de búsqueda, enviá correos electrónicos a tus conocidos y pediles que a su vez los reenvíen a sus amigos o familiares.

Aplicando estos sencillos consejos irás armando una red de la que seguramente te sorprenderás.

Ideas para estar En carrera ... ¡desde casa!

Al intentar decidir qué actividad podemos emprender para estar **En carrera ... ¡desde casa!**, la primera disyuntiva que surge es: ¿realizaré un trabajo en línea, preferiré alguno fuera de línea, lo haré con mis manos o con mi intelecto?

Aclaremos los primeros conceptos. Para trabajar *en línea* es imprescindible contar con una computadora con acceso a Internet, ya que estos trabajos se efectúan estando conectadas o conectados a la red. Existe una amplísima variedad de servicios que se pueden ofrecer por este medio, y a modo de ejemplo te voy a enumerar los siguientes: venta directa de productos, prestación de servicios, diseño de páginas web, consultorías, soporte técnico en programación, servicios de secretaria, búsqueda de información, creación de bases de datos, entre otros.

Dentro de la categoría de trabajos *fuera de línea* podría citar: confección de catálogos, impresión de folletos, preparación de souvenirs, acompañantes terapéuticas y terapéuticos, decoradoras y decoradores, gestoras y gestores, reparación de equipos de computación, de equipos de audio, de televisión; *personal trainers*, masajistas, y muchos más.

Entre ambas modalidades se encuentran categorías que pueden ser prestadas de cualquiera de las dos formas, o más aún, pueden complementarse: trabajadoras y trabajadores *freelance*, soporte técnico de computadoras, preparación de bases de datos, búsquedas de información, profesionales independientes, confección de resúmenes de estudio, preparación de currículums, y la lista puede continuar.

Detenete a pensar qué propuesta te interesa más (*en línea o fuera de ella*), analizá con qué actividad te sentirías más cómoda o cómodo y después, ¡poné tus manos y tu mente a trabajar!

Brainstorming de ideas

Te propongo que realices el siguiente *brainstorming* para analizar qué idea de negocio se te puede ocurrir:

- ✓ Un negocio relacionado con tu actividad actual.
- ✓ Un nicho de mercado no explotado (algún producto o servicio que hayas buscado y no hayas encontrado).
- ✓ Hacer de tu hobby un negocio (¿te encanta la fotografía? ¿Por qué no armar catálogos temáticos de fotos tomadas por vos?).
- ✓ Complementar un servicio ya existente.
- ✓ Diferenciarte con un producto propio, al que le añadas tu creatividad.
- ✓ Sumar valor agregado a un producto o servicio del mercado.
- ✓ Anticiparte a las nuevas tendencias.
- ✓ Inventar un producto nuevo.

Tomá lápiz y papel y comenzá a anotar cada idea que te surja. No te preocupes por que estén ordenadas o prolijas, es tu propio borrador de ideas. No es necesario que las desarrolles en este momento, alcanza con que les pongas un nombre para identificarlas. Releelas, evalualas, tachá las que no te gusten, agregá las nuevas que se te ocurran, jugá con tu imaginación y con tu creatividad ... es una forma positiva de empezar.

Podrás encontrar el tema de las Ideas más desarrollado en el e-book [Le canto las ... 240 ideas de negocio discutibles para emprender desde casa](#), por la Lic. Paola Carolina Díaz.

Palabras finales

Hasta aquí quise presentarte, en un solo texto, los que modestamente considero son los primeros pasos para estar [En carrera ... ¡desde casa!](#)

Como siempre sostengo, mi intención es que tanto el material de este sencillo e-book como el que encontrarás en el sitio web se conviertan en disparadores de ideas para que, aplicando tu creatividad, ampliando tu visión del mercado, buscando diferentes opciones, puedas animarte, desde tu casa, a iniciar la prestación de tus servicios o la elaboración de tus productos para el mercado que esté necesitando lo que tenés para ofrecer. Caso contrario, que estés atenta o atento a las nuevas tendencias, a los nichos insatisfechos o a mejorar lo que ofrece tu competencia.

Cualquier inquietud que te surja o comentarios que desees realizar, podés enviarlos a viviana@encarreradesdecasa.com, y te responderé gustosamente.

¡Mucha suerte!

Viviana.

Acerca de la autora:



Viviana P. Slesaransky es la Directora Ejecutiva de [En carrera ... ¡desde casa!](http://www.encarreradesdecasa.com), el primer sitio en español nacido en Argentina y dirigido a emprendedoras, emprendedores, profesionales independientes, integrantes de empresas familiares, pymes o minipymes que trabajan desde su casa.

Es Contadora Pública (U.N.L.P. - Argentina) y Traductora especializada en temas de marketing, consultoría, atención de clientes y demás temas relacionados con su profesión.

Se autoriza la libre distribución de este e-book exclusivamente en su formato original (PDF) y sin alterar su contenido.

Viviana P. Slesaransky – Trabajar desde casa © 2003

ISBN 987-43-6240-5

Todos los derechos reservados - Hecho el depósito que marca la Ley 11.723