



Emprendimiento:

Herramientas para emprendedores

Tabla de contenido

Tabla de contenido	1
Introducción	2
Desarrollo de un negocio (plan)	2
Desarrollo de Restaurantes	3
Desarrollo de Franquicias	4
Escribir el Plan	5
Evaluación del mercado objetivo / investigación de mercado	6
Evaluación de la Competencia	7
Planificación de escenarios	8
Prototipado	9
Planificación para escalar el negocio	9
"Go" o "No Go"	10
Adquisición de Patrocinadores y/o Inversores	10
Planificación de startups	11
Nombrar su negocio	11
Elegir una ubicación	12
Elegir cuándo abrir	13
Servicios empresariales	13
Legal (Abogado)	14
Seguro	14
Contabilidad (CPA) y Contabilidad	15
Realtor	15
Recursos Humanos	15
Desarrollo de la cadena de suministro	16
Lanzamiento de negocios	16
Lanzamiento de Marketing	16
Recursos de marketing	Error! Bookmark not defined.
Preguntas frecuentes (FAQ)	18
Contactos de área	18

Introducción

Este documento cubre áreas donde un emprendedor en el área del Gran Dalton necesitaría desarrollar la conciencia a medida que crea y actúa sobre una oportunidad de negocio. El documento se organiza en una secuencia general de eventos desde la originación de la idea de negocio original hasta el lanzamiento y operación de una empresa. La intención es compartir cosas a considerar e identificar los recursos que están disponibles para aquellos interesados en iniciar un negocio en Greater Dalton. Hay una serie de vínculos en este documento que están diseñados para proporcionar accesos directos a los recursos que podrían ser útiles. La inclusión de estas referencias no pretende ninguna implicación de patrocinio o preferencia. Se proporcionan tal cual con el único propósito de ahorrar tiempo.

Desarrollo de un negocio (Plan)

Mientras que algunas ideas de negocio se crean a partir de momentos "Eureka", la gran mayoría de ellos provienen de observaciones regulares de las frustraciones de la vida. Se dice que la idea del iPod ¹ fue el resultado de la decepción de Steve Jobs con reproductores de música portátiles. Dondequiera que venga la inspiración, por sí sola es insuficiente para formar un negocio viable. Eso requiere mucho más que una idea. Hay una serie de recursos disponibles para ayudar a cubrir todos estos aspectos, incluido este documento. Algunas referencias que podrían ser valiosas en el desarrollo de un plan se enumeran en la página siguiente. Cuando ve un signo de exclamación de oro en el margen izquierdo de este documento (como el de la izquierda), sugiere que el contenido cercano es "no se puede perder".

Una de las relaciones más importantes para desarrollar para un futuro emprendedor en el Gran Dalton es la que se encuentra con la Cámara de Comercio local. La Cámara ofrece una variedad de recursos y es consciente de personas afines en el área de Dalton que podrían estar interesadas en ayudar a formar un negocio o incluso ayudar a financiar uno.

Cámara de Comercio del Gran Dalton

100 S. Hamilton Street
Dalton, GA 30720
(706) 278-7373
info@daltonchamber.org

[Dalton/Whitfield Cámara de Comercio Small Business Toolkit](#) - Este sitio proporciona información tónica sobre los recursos de la Cámara para iniciar un negocio en Greater Dalton.

¹ Precursor del iPhone y iPad y uno de los inventos más importantes de nuestro tiempo.

Enumera algunas cosas a considerar, así como algunos de los contactos locales que pueden ayudar a formar o autorizar un negocio en Greater Dalton.



[Dalton Innovation Accelerator \(DIA\)](#) - Una incubadora de startups con sede en Dalton, la DIA es donde la gente puede reunirse para trabajar a través de oportunidades de negocio. DIA ofrece asistencia en forma de un espacio físico para desarrollar ideas (espacio de oficina), "wayfinding" (experiencia y tutoría) y servicios de incubación (ayuda a formar una idea de negocio). La DIA también patrocina el concurso anual Pitch que otorga un premio a un emprendedor de un campo de solicitantes. Siga el enlace para conectarse.

Contacto: Lauren Holverson al 706-529-8313 o holverson@daltonchamber.org

[Núcleo de servicio de ejecutivos jubilados \(SCORE\)](#)

SCORE es la red más grande del país de mentores de negocios voluntarios y expertos. Se dedica a ayudar a las pequeñas empresas a salir de la tierra, crecer y alcanzar sus objetivos.

Desde 1964, SCORE

ha proporcionado educación y tutoría a más de 11 millones de emprendedores. ¡Los miembros de SCORE asesoran a los emprendedores principiantes como un servicio comunitario sin costo!

Chattanooga SCORE

5726 Marlin Road #515 Franklin Building

Chattanooga, TN 37411

Teléfono: (423) 553-1722

Desarrollo de restaurantes

Si planea abrir un restaurante u otra operación de servicio de alimentos (por ejemplo, un camión a pie), hay muchos requisitos especiales que podrían plantear sorpresas financieras significativas si no se identifican al principio del proceso. Para obtener más información sobre ellos, comuníquese con el Distrito de Salud de Georgia del Norte en el Departamento de Salud Pública del Condado de Whitfield. Lo mejor es abrir un restaurante en un lugar que se utilizó anteriormente para ese propósito, pero todavía tiene que cubrir los requisitos actuales.

[Sitio web del condado de NGHD Whitfield](#) (lo siento el sitio web no es útil en este sentido, tendrá que llamar)

800 Professional Blvd

Dalton, GA 30720

706-279-9600

info@nghd.org

Desarrollo de franquicias

El siguiente par de enlaces identifican los recursos de área que ayudan a los emprendedores a identificar y lanzar negocios basados en franquicias. Utilícelos si desea operar una franquicia.

Chattanooga - [Entrepreneur's Source](#) - Un servicio que ayuda a identificar oportunidades de franquicia.

Contacto: Bruce Krebs - 423-875-5621

Atlanta - [Frannet - Franchise Consultants](#) - Esta oficina tiene su sede en Atlanta y proporciona asistencia con la selección de oportunidades de franquicia en Georgia. Al estar en Atlanta, es posible que no estén tan bien informados sobre el ajuste del mercado o la selección del sitio como puede ser más personas basadas en Dalton, pero pueden ayudar a trabajar a través de las opciones de franquicia y encontrar un ajuste con sus habilidades e intenciones. Son pagados por las operaciones de franquicia que corredor por lo que sus servicios son gratuitos para usted.

Contacto: Leslie Kuban - Presidente del mercado de Georgia - 855-738-0651



[Guía del Estado de Georgia para iniciar una pequeña empresa](#)

Este sitio proporciona recursos a nivel estatal para cómo llevar a trabajar sobre el proceso de iniciar un negocio en Georgia. El sitio incluye muchas referencias a documentos creados por el Centro de Desarrollo de Pequeñas Empresas de la Universidad de Georgia (el siguiente enlace).

[El Centro de Desarrollo de Pequeñas Empresas de la Universidad de Georgia \(SBDC\)](#)

Este sitio proporciona información sobre los recursos y programas educativos ofrecidos por el Sistema Universitario de Georgia para desarrollar experiencia en pequeñas empresas y emprendimiento. La mayoría de los servicios son gratuitos para los posibles empresarios dentro de Georgia.

El SBDC ofrece una variedad de servicios que incluyen capacitación y consultoría para: Contabilidad y Finanzas, Planificación de una Empresa, Acceso al Capital, Recursos Gratuitos Varios para Pequeñas Empresas en Georgia, Marketing, Adquisición, Gestión de una Empresa, Legal & Compliance, Capacitación Empresarial, Investigación Aplicada, Negocios Minoritarios y Comercio Internacional.

Las dos oficinas cerca de Dalton son:

Roma
901 N. Broad Street Suite 320
Roma, GA 30161
Teléfono: 706-622-2006

Kennesaw
KSU Center – Suite 500
3333 Busbee Drive
Kennesaw, GA 30144
Teléfono: (470) 578-6450

[Recursos en línea SBDC de UGA](#)

Esta página recopila una amplia gama de enlaces de recursos que proporcionan asistencia específica sobre ciertos temas. Hay docenas de referencias disponibles que cubren varias fases y aspectos de iniciar un negocio. Tendrás que seguir el enlace para ver lo que está disponible para ti.



[El Centro de Desarrollo de Pequeñas Empresas de Tennessee](#)

Esta página tiene una colección de recursos publicados por el SBDC de Tennessee. El SBDC de Tennessee tiende a proporcionar más plantillas que el SBDC de Georgia. Esto incluye un [libro de trabajo completo del plan de negocios](#) y otras guías.

[Guía de Administración de Pequeñas Empresas de los Estados Unidos para iniciar un negocio](#)

Este sitio web proporciona 10 pasos a seguir al iniciar un negocio. Gran parte de esos pasos ya están cubiertos en este documento, pero este sitio ofrece algunos recursos financiados por el gobierno federal para pequeñas empresas.

Escribir el Plan

Sin importar cómo se realiza el proceso, la formación de una idea de negocio es un proceso propio. Probablemente sea mejor dejar que una idea "madure" en lugar de correr con el primer pensamiento de un producto o servicio.

Haga algunos deberes para agudizar la idea antes de pasar un tiempo significativo en desarrollo. Una serie de ideas de otra manera-grandes caen en el "piso de la sala de corte" en este punto del proceso porque el mercado objetivo es insuficiente para sostener el negocio, la tecnología necesaria no está disponible, la producción no es económicamente rentable, el producto o servicio no escala bien, o alguna otra razón. Lo mejor es realizar estas limitaciones antes de invertir tiempo sustancial, esfuerzo y dinero en una idea.

La última sección identificó una serie de recursos que son útiles para entender el enfoque para evaluar la viabilidad de una empresa. Una vez realizada la investigación, estará listo para capturar el resultado en un documento del plan de negocios. Los siguientes recursos ayudan a formar ese plan. El plan de negocios no solo le ayuda a entender más claramente cómo funcionará su negocio, sino que se convertirá en la base para obtener el apoyo de otros, como los banqueros, que podría ser importante para poner en marcha su negocio.



[Guía de la Administración de Pequeñas Empresas de EE. UU. \(SBA, por sus saber, por sus datos\)](#): este sitio tiene algunas plantillas básicas de planes que son buenos lugares para comenzar al crear un plan desde cero.

Software de planificación empresarial:

[Live Plan Business Planning App](#) - Live Plan es una aplicación que ayuda a trabajar a través del proceso de creación de un plan de negocios. La aplicación ayuda a crear el documento terminado también. Las alternativas a Live Plan son:

[iPlanner.net](#), [Bizplan](#), Plan de [negocios Pro](#)

Hay un curso sobre Emprendimiento que está disponible a través del programa de Mejora Educativa disponible en la universidad. Usted no tiene que ser un estudiante para participar en la Mejora Educativa.

Evaluación del mercado objetivo / investigación de mercado

Mientras que los calentadores de espacio y el hielo son sin duda productos viables, si vas a venderlos, asegúrate de que tu mercado sea lo suficientemente grande como para hacer un negocio rentable. Los calentadores espaciales no lo harían bien en el Valle de la Muerte, CA,² pero podrían hacerlo muy bien en Verkhoyansk, Rusia.³ No aprenda sólo después de haber lanzado un negocio que en realidad hay un mercado muy pequeño para su producto o servicio. Las organizaciones de desarrollo de pequeñas empresas a nivel federal, estatal y local pueden ser fuentes útiles de información que pueden ser importantes para entender la escala potencial de su negocio. Esta es una zona que necesitas para acercar. Muchas empresas fracasan simplemente porque no hay suficientes clientes para mantenerlos viables con el tiempo.

² Reconocido como el lugar más caliente para vivir en Tierra

³ Podría decirse que la ciudad más fría de la Tierra



[Federal - Contenido de la Administración de Pequeñas Empresas de EE. UU. sobre evaluación competitiva y de mercado](#)

Esta es una página que cubre el proceso y proporciona enlaces a algún material de referencia. Incluye enlaces a datos de uso gratuito.

[Datos del Censo Estatal/Condado/Local de EE. UU.](#)

Esta página proporciona desgloses de los datos del Censo de EE. UU. por geografía. Incluye la capacidad de resumir por estado, condado o ciudad (solo ciudades con más de 5.000 residentes).

[Local - Dalton-Whitfield Joint Development Authority Demographic Information Site](#)

Resumen de la información de Dalton-Whitfield.

[El Centro de Desarrollo de Pequeñas Empresas de la Universidad de Georgia \(SBDC\)](#)

Este sitio proporciona información sobre los recursos y programas educativos ofrecidos por el Sistema Universitario de Georgia para desarrollar experiencia en pequeñas empresas y emprendimiento. La mayoría de los servicios son gratuitos para los posibles empresarios dentro de Georgia.

Para obtener ayuda con el análisis de mercado, **póngase en contacto con:** [Nora Guzman - UGA SBDC](#) y utilice los recursos anteriores.

Evaluación de la competencia

Si tiene la suerte de tener un producto o servicio que aún no se ofrece en su mercado objetivo, su principal preocupación será simplemente llegar a clientes potenciales y tener suficiente de ellos para mantener su negocio. Sin embargo, si el producto o servicio ya se está vendiendo, usted va a tener que ser claro por qué esos clientes potenciales querrían hacer negocios con usted en lugar de la competencia. Esto se llama "diferenciación" y es esencial poder competir con otras personas que ofrecen productos o servicios similares. Usted puede diferenciar en el precio, servicio o calidad (incluyendo "características"), pero tendrá que ser claro para usted y para sus clientes lo que ofrece que los otros chicos no. La competitiva "trifecta" es ofrecer un producto de mejor calidad con un mejor servicio a un precio más bajo. Haz todas estas cosas y ganarás, al menos hasta que alguien venga a hacerlo mejor. La capacidad de realizar la trifecta es poco frecuente, por lo que la mayoría de las empresas se centran en ser mejores en una o dos dimensiones, como el costo y el servicio. Sea cual sea tu intención, tienes que decir lo que es y cumplir esa promesa.



La Cámara de Comercio del Gran Dalton mantiene un [Directorio de Negocios](#). Esta es una lista de búsqueda de muchos de los negocios en el área. Puede ser un punto de partida para identificar las empresas existentes con las que puede competir, o que pueden ayudar a su negocio como proveedor o cliente.

También es una buena idea revisar los motores de búsqueda como Google y los medios de comunicación social como Facebook para ver si las palabras clave que definen tu negocio producen resultados en tu área. En otras palabras, haz una búsqueda en Google en el producto que pretendes ofrecer y ve lo que obtienes. Si no hay resultados, es posible que tenga la suerte de ser el primero en ofrecer un producto o servicio en su área.

Hay muchos recursos en línea en el mercado actual, pero uno de los métodos más potentes, especialmente para las empresas locales, sigue siendo el boca a boca. Pregunte por ahí para ver si alguien sabe dónde encontrar su producto o servicio potencial en el área.

Planificación de escenarios

En este paso, se llevan a cabo una serie de escenarios hipotéticos para probar virtualmente si su negocio va a ser capaz de generar un beneficio. Si desea estar más seguro de que una prueba "virtual" puede probar, pase a "prototipar" el negocio a continuación.

Con los datos demográficos, así como cosas como los datos de tráfico en la ubicación propuesta, intenta determinar cuánto tráfico podría ver la empresa. Hacer esto bien requiere no ser demasiado optimista o demasiado pesimista sobre el tráfico y el tamaño del mercado objetivo. Si vendes un producto que se necesitará una vez al mes, por ejemplo, filtros de aire, cada hogar solo comprará uno al mes. Si hay 2.000 hogares y algún porcentaje de ellos comprará filtros en otro lugar, ¿con cuántos puedes contar? ¿Tal vez 10% o 200? Recuerde que se trata de la planificación de escenarios para que pueda ejecutar varios modelos. Puede ser que la empresa vea diez artículos vendidos cada día en un mes de 30 días por 300 unidades por mes. Si los artículos tienen un precio de venta de \$10 y un costo de \$4, usted "despeja" \$6 en cada artículo por un total de \$1,800 por mes. A partir de estos \$1,800, usted tiene que pagar todas sus cuentas y proporcionar un salario para usted y sus empleados. Bien, esto es sólo un ejemplo. No estamos lanzando ese negocio en particular, así que no tenemos que salir adelante con \$1,800 por mes, así que no asustes ;)



El **Pro-Forma** es un documento que presenta una proyección "más probable" del negocio y su potencial financiero. El núcleo de servicio de los ejecutivos retirados ([SCORE](#)) proporciona una buena [plantilla](#) e instrucciones sobre cómo hacerlo.

Para obtener ayuda con un Pro-Forma, **póngase en contacto con el equipo de Wayfinding en [Dalton Innovation Accelerator \(DIA\)](#).**

Prototipos

Si es posible, cree y circule muestras de su producto o servicio y recopile comentarios de clientes potenciales reales antes de lanzar un negocio a escala. ¿Planeas un restaurante? Prepara algunos de los platos y visita eventos en el centro de Dalton para ofrecer muestras. Las cosas que aprenda le ayudarán a garantizar un mayor éxito en la ejecución real de su negocio mientras se prepara para iniciar operaciones completas. Los cambios en el producto o servicio que resuelven las quejas probables podrían ser el factor decisivo en la sostenibilidad de su negocio. Si estos defectos están en su producto o servicio cuando comience operaciones escaladas, decepcionará a muchos clientes y pueden abandonar su negocio, nunca para regresar. La creación de prototipos y las pruebas del mercado pueden prevenirlo.

[Una breve descripción general de los prototipos de IDEO](#)

Dalton State College tiene una sala de grupo de enfoque (sala de observación) en Gignilliat Memorial Hall. Esta habitación se puede utilizar para supervisar "ciegamente" cómo interactúan los clientes con su producto o servicio. Contacto - Marilyn Helms - mhelms@daltonstate.edu

Para obtener ayuda con la creación de **prototipos, póngase en contacto con Lee Phillips en Lee@optilink.us**

Los Centros de Innovación de Georgia (COI) son el recurso líder del estado para facilitar la innovación empresarial. A través de la asistencia de los cinco centros, las empresas de Georgia traducen nuevas ideas y tecnologías en productos y servicios comercialmente viables para competir mejor en el mercado global.

Para obtener ayuda con la creación de prototipos y la fabricación, **póngase en contacto con David Nuckolls al 404-962-4130**

Planificación para escalar el negocio

Demasiados empresarios cometen el error de colocar esta tarea en la fase de "Operaciones en curso" sólo para enterarse de que es demasiado tarde en ese momento para hacer los ajustes necesarios.

Planifique escalar el negocio antes del lanzamiento para que considere cosas como problemas estructurales o problemas de escala de la cadena de suministro antes de que se conviertan en problemas graves para su negocio.

La Escuela de Negocios Wright de Dalton State College está dispuesta a ayudar con este proceso.

Contacto sugerido:

Dra. Marilyn Helms con Dalton State College - mhelms@daltonstate.edu, 706-272-2600

"Ir" o "No Ir"

Su decisión de avanzar debe cristalizarse después de haber completado el trabajo de asegurar que su negocio sea viable. Es muy importante evitar permitir que algún sesgo nuble su visión aquí. Confíe en las opiniones de los demás tanto como su propia instinto para decidir si el negocio tendrá éxito. Dado que hay al menos cinco razones principales por las que los nuevos negocios fracasan, asegúrese de considerarlos en su plan. Se enumeran a continuación:

- No hay necesidad del mercado para el producto o servicio
- La operación se quedó sin efectivo
- El negocio no tenía el equipo adecuado
- Los competidores proporcionan un mejor producto, servicio, calidad, etc. (fuera de serie)
- El negocio tenía problemas de precios o costos

Una vez que decida continuar, tendrá que "comprar, construir o pedir prestado" servicios contables, bancarios y legales. Comprar, construir o pedir prestado significa contratar a alguien (comprar), capacitar a alguien (construir) o pedir prestado a alguien (externalizar) para estos servicios. Independientemente de cómo lo haga, será importante tener las relaciones "ABC" (Abogado, Banquero, CPA) para ayudar a mantener su negocio seguro y rentable. También puede necesitar recursos humanos a tiempo parcial y experiencia en TI si su negocio es lo suficientemente grande.

Para obtener más información sobre los posibles socios "ABC". Consulte [Servicios empresariales](#).

Adquisición de Patrocinadores y/o Inversores

La diferencia general entre patrocinadores e inversores es que los patrocinadores proporcionan préstamos y los inversores adquieren "equity" o propiedad parcial en el negocio. Una vez que usted paga a un patrocinador su relación con el negocio por lo general termina. Sin embargo,

la relación con un inversionista está en curso a menos que usted compre su participación en el capital. Los términos de una relación de equidad se negocian en el momento en que se establece la relación. Los bancos locales pueden ser una fuente de capital de inversión para los solicitantes bien calificados, o puede encontrar capitalistas de riesgo locales. Por lo general, necesitará un plan de negocios bien desarrollado para obtener financiación de estas fuentes. También puede encontrar que estas fuentes quieren prestar el dinero bajo los términos de un préstamo personal y no al negocio de puesta en marcha directamente.

Aquí hay un par de recursos federales en el paso de financiamiento.

[Guía de la administración de pequeñas empresas de EE. UU. sobre el cálculo de los requisitos de costos de inicio](#)

[Guía de la Administración de Pequeñas Empresas de EE. UU. sobre la financiación](#)

En el área de Dalton, conéctese con la [Cámara de Comercio](#) o la Aceleradora de [Innovación Dalton](#) para localizar a los inversores actualmente activos.

Acceso a Capital para Emprendedores ("ACE") - Zab Méndez - 706-260-6212
<https://aceloans.org/>

Planificación de Startup

Cuando comienza a planear iniciar un negocio, hay varias áreas que necesita para pasar algún tiempo determinando cómo organizar las operaciones con el fin de cumplir con el entorno legal y reglamentario en el que opera. Estos se tratan en esta sección.

Nombrar su negocio



Puede parecer poco importante [cómo se llama su negocio](#), pero hay cosas a considerar acerca de cómo se recibirá el nombre en sumercado. También es necesario saber si hay alguna restricción legal en el uso de su nombre deseado.

Es aconsejable utilizar un nombre que comunique lo que hace su negocio sin tener que ir acompañado de una explicación larga. Cuanto más esfuerzo se requiera para explicar el negocio, más costarán todas sus actividades de marketing. Por lo tanto, seleccione un nombre eficaz para ahorrar tiempo y dinero! A menudo hay un deseo de construir su nombre o el nombre de su familia en el nombre de la empresa. Si bien esto está bien, puede ser un factor limitante si alguna vez decide vender el negocio a otra persona. Lo más probable es que quieran cambiar el nombre y esto podría interrumpir el flujo de negocios. Esa situación se evita si no vinculas el negocio a tu nombre.

En el mundo digital de hoy, también tienes que considerar cómo funcionará tu nombre de empresa en cosas como nombres de dominio de Internet (por ejemplo, www.yourbusiness.com), páginas de redes sociales (por ejemplo, [Facebook.com/tu negocio](https://www.facebook.com/tu-negocio)) y cosas como motores de búsqueda y motores de anuncios digitales. Hay más referencias a estas cosas en la sección de marketing.

Más allá del nombre, usted debe decidir si [desea crear un "tagline", "eslogan" o "lema"](#) o algún otro dispositivo que se utilizará a menudo en su publicidad y marketing. Consider "Just Do It" de Nike o Dunkin' Donuts "America Runs on Dunkin". ¿Será importante un término de este tipo para su negocio?

También podría ser bueno considerar la [creación de un logotipo](#). Algunos que seguramente reconocerán están en el margen. Los logotipos son un práctico recordatorio icónico de su negocio que se puede incluir en tarjetas de visita, literatura, señalización, tarjetas de regalo, cupones, etc. Son especialmente importantes si el nombre de su empresa es largo.



Los nombres comerciales, eslóganes, eslóganes, logotipos, etc. pueden estar sujetos a marcas comerciales o derechos de autor. Es importante consultar con su abogado sobre cómo mantenerse seguro al seleccionar nuevos componentes del "carácter" de su negocio. También es muy importante tomar estas decisiones a tiempo ya que la marca de un negocio con todos estos elementos se vuelve costosa cuando se tienen en cuenta los costos de papelería con membrete, señalización dentro y fuera del negocio, tarjetas de visita, garantía de marketing, marca de redes sociales, etc. Usted no quiere reemplazar todo eso si se puede evitar así que resolver estas cosas antes de conseguir todos los materiales hechos.

Los periódicos locales, los contactos de radio y televisión podrían ayudar a encontrar recursos de marketing eficaces. Algunos de ellos podrían ser capaces de ayudar con la marca, el nombre y la adición de carácter a su negocio. Una lista de contactos para ellos se incluye en la sección sobre contactos de área al final de este documento.

Elegir una ubicación



A los profesionales de bienes raíces a menudo les gusta señalar que los tres factores más importantes en el valor de los bienes raíces son "ubicación, ubicación y ubicación". Hay una muy buena razón para esto: importa-- ¡mucho! Colocar una empresa en una ubicación incorrecta puede ser una causa principal de su error final. Como ejemplo, un restaurante ubicado a diez millas de cualquier propiedad residencial o de negocios podría tener dificultades... a menos que sea muy, muy bueno. Un lugar de fiesta ubicado entre dos pubs ruidosos podría no hacerlo tan bien. Usted consigue la idea--[elegir una buena ubicación](#).

La [Autoridad de Desarrollo Conjunto de Dalton Whitfield](#) es un recurso para ayudar con la planificación de ubicaciones.

El [Acelerador de Innovación Dalton](#) también puede proporcionar asistencia en este ámbito.

El asesoramiento también se puede encontrar a través de agentes inmobiliarios comerciales locales.

Elegir cuándo abrir

Dependiendo de su producto o servicio, puede haber un buen momento para abrir, tiempos menos apropiados e incluso un mal momento. Por ejemplo, no sería bueno lanzar un negocio de servicios fiscales federales en mayo porque usted acaba de perder la mayor parte de la temporada de impuestos. Un negocio de bebidas calientes podría hacer mejor en los meses de invierno y abrir una heladería en enero podría no ser la mejor idea. Es importante tener en cuenta el "punto dulce" de cuando su negocio tendrá sus mayores posibilidades de tener éxito en los primeros días. Una buena opción aquí puede hacer la diferencia entre construir un impulso sólido y no ser capaz de pagar las facturas anticipadas.

Además de los recursos disponibles con el Centro de [Desarrollo de Pequeñas Empresas](#) de Georgia, la Escuela de Negocios Wright de Dalton State College está dispuesta a ayudar con este proceso.

Para obtener ayuda con el cronometraje de lanzamiento, **comuníquese con la Dr. Marilyn Helms con Dalton State College - mhelms@daltonstate.edu, 706-272-2600**

Servicios empresariales



En esta sección se identifican algunos de los servicios más probables que su empresa necesitará. Estos incluyen servicios legales, contables y de otro tipo. La Cámara de Comercio mantiene un directorio de miembros organizado por tipo de negocio que podría ser útil para encontrar otros servicios no enumerados en este documento. Ese directorio se puede encontrar en el siguiente enlace:

[Directorio de Miembros de la Cámara de Comercio de Dalton/Whitfield](#)

Los servicios que su negocio necesita se pueden comprar (contratar a alguien para hacerlo a tiempo completo), construidos (entrenar a alguien) o prestados (pagar a alguien externo para hacerlos según sea necesario). El método que utilice dependerá de la combinación de servicios y la escala de su negocio.

Algunos servicios comunes que generalmente son "prestados" se enumeran a continuación.

Legal (Abogado)

S Corporación, Sociedad, Corporación de Responsabilidad Limitada. Definir la estructura de un negocio es fundamental para entender el fundamento jurídico en el que opera. Las diferentes estructuras tienen diferentes requisitos legales y consecuencias. Debido a esta complejidad, usted debe contratar a un abogado para ayudar a definir la estructura legal de su negocio.

Una vez que tenga la estructura resuelta, tendrá que trabajar a través de los procesos de registrar adecuadamente su negocio con agencias locales, estatales y federales.

Algunos recursos legales disponibles en Internet se enumeran a continuación. Considérelos como recursos de referencia, no como asesoramiento legal. Usted tendrá que usar la asistencia de un abogado real cuando se ocupe de asuntos legales. No puede haber lugar a errores que puedan poner en peligro su negocio.

[LegalZoom](#) - Sitio web que ayuda a trabajar a través del proceso legal.

[Comparación de LegalZoom de LLC, C & S Corporations](#)

[LawDeport.Com](#)

Dalton no requiere licencias comerciales, pero sí un Certificado De Impuesto Ocupacional para fines de Impuestos Ocupacionales. El proceso se describe en esta ciudad de [Dalton Link](#).

Whitfield County no tiene un requisito de licencia comercial. Sin embargo, hay requisitos de permiso y restricciones de zonificación. Comuníquese con la [Autoridad Conjunta de Desarrollo de Dalton-Whitfield](#) para obtener ayuda.

El **Estado de Georgia** exige que se registren empresas. También hay impuestos, reglas del empleador y otras consideraciones. Los detalles se resumen en este sitio de Administración de Pequeñas [Empresas de Georgia](#).

Las reglas de impuestos federales requieren que usted tenga una identificación fiscal federal (también conocido como EIN). Echa un vistazo a este enlace federal [SBA para obtener detalles de EIN](#). El sitio también cubre consideraciones para los elementos de registro estatales y locales en este [enlace](#).

Seguro

Los problemas de seguros para las empresas son generalmente más sutiles y desafiantes que para los seguros individuales. Las empresas tienen tipos adicionales de responsabilidad y pueden necesitar protección contra amenazas cibernéticas, fraude, interrupción del negocio,

recesiones económicas y otras fuentes de riesgo que no son tan comunes en los seguros personales. Por lo tanto, identificar a un proveedor de seguros comerciales que pueda aconsejarle sobre estos riesgos es un paso importante.

Contabilidad (CPA) y Contabilidad

Al igual que con los problemas legales, la contabilidad y la contabilidad tienen una serie de escollos de los cuales usted debe ser consciente. A menos que seas uno, proteger los servicios de un contador será importante. En lugar de intentar explicar los detalles de por qué, le proporcionaremos [este comentario de Hal Shelton](#) sobre si debe contratar a un⁴ contador.

Corredor de bienes raíces

Por lo general, es posible que solo necesite un agente de bienes raíces cuando seleccione una ubicación para su negocio, pero también puede haber ocasiones en las que necesite considerar expandir o reubicar un negocio en crecimiento. Por esta y otras razones, es una buena idea mantener una relación con un agente inmobiliario. La [Cámara de Comercio](#) local puede ser útil para encontrar un agente de bienes raíces.

Recursos Humanos

Si vas a tener empleados, vas a tener una gama de requisitos relacionados con ellos. Si no tiene experiencia en la ley y las prácticas de recursos humanos, necesitará orientación al respecto.

Los servicios relacionados con recursos humanos incluyen cosas como:

- Seguro (médico, dental, visión, compensación del trabajador, etc.)
- Nómina (tratamiento de pagos, retención de impuestos, administración del plan de beneficios, etc.)
- Gestión del talento (reclutamiento, planes de incentivos, evaluaciones de desempeño, programas de capacitación, etc.)

Puede ponerse en contacto con el [Capítulo de la Sociedad para la Gestión de Recursos Humanos \(SHRM\) del Noroeste de Georgia](#) para obtener ayuda y ponerse en contacto con expertos en recursos humanos de la zona.

Contacto sugerido:

Kathy Coker, Presidenta del Capítulo SHRM
706-428-7668, kcoker@trcc.com

⁴ Hal Shelton es el autor De "[Secretos para escribir un plan de negocios exitoso](#)"

Desarrollo de la cadena de suministro

Algunas empresas aprenden demasiado tarde que no pueden obtener los componentes necesarios de su operación en la escala, el período de tiempo o la calidad que necesitan. Desarrolle un plan para cómo asegurarse de obtener suficientes componentes al ritmo correcto y con la calidad adecuada. Tener un Plan "B" es importante aquí. Si tienes la suerte de tener éxito repentino, tendrás que estar preparado para satisfacer la demanda o los clientes frustrados podrían ir a otro lugar. Necesitará saber de dónde obtendrá las materias primas de su negocio, cómo las llevará a la ubicación de su negocio y cómo las almacenará. La Escuela de Negocios Wright de Dalton State College está dispuesta a ayudar con este proceso.

Contacto sugerido:

Dra. Marilyn Helms con Dalton State College - mhelms@daltonstate.edu, 706-272-2600

Lanzamiento de negocios



Lanzar un negocio por lo general tiene que ser más que "colgar una teja". A menos que tenga una ubicación "para morir" y un producto o servicio que todo el mundo necesita, será difícil para su negocio ser encontrado por los clientes potenciales si no se conectan con algo que les dice que existe. También es importante generar "zumbido" a medida que su negocio se abre para ayudar a alcanzar un nivel rentable tan pronto como sea posible. Establecer una fecha y crear un plan de marketing que conduzca a un gran lanzamiento puede ayudar a crear ese zumbido.

Por supuesto, hay un "lado oscuro" para los grandes lanzamientos: tendrá que estar en su juego o sus primeros clientes pueden estar molestos por la experiencia. Esa no es la impresión que quieres dejar. Si lo hace, es posible que muchos de esos clientes nunca regresen. Como resultado, usted tiene que planificar muy bien para el día de apertura. Haga todo lo posible para determinar cómo podría ser el tráfico del cliente, cuánta preparación tendrá que hacerse de antemano y cuánto personal se necesitará para satisfacer la demanda. Mientras que muchas personas pueden darle consejos sobre esto, usted es en última instancia responsable de predecir correctamente cómo va a ir el día de apertura. Tómese tu tiempo y hazlo bien.

Lanzamiento de Marketing

El marketing de lanzamiento es un poco diferente al marketing general. Quieres desarrollar una emoción por la llegada de un nuevo, necesario y satisfactorio negocio antes del lanzamiento. Lo más difícil del marketing es encontrar los canales de marketing que realmente llegan a sus consumidores objetivo. Mientras que muchos consideran que los métodos antiguos como la radio, la televisión, el periódico, el correo directo, las llamadas en frío y las vallas publicitarias son pasados, podrían ser apropiados para su mercado. También considere los tableros de anuncios comunitarios en lugares frecuentados por sus clientes potenciales (por

ejemplo, iglesias, restaurantes, escuelas, etc.). Los métodos más modernos incluyen vallas publicitarias digitales, redes sociales, marketing móvil, publicidad en Internet basada en navegador y marketing en sitios web. El marketing en sitios web puede estar en sitios web orientados a categorías (que son sobre su producto o servicio) que no posee, así como en sus propias propiedades web.

Usted querrá construir emoción antes del lanzamiento del negocio. Podría ser una buena idea crear un evento comunitario que atraiga a las personas al negocio o al menos al área en la que se encuentra el negocio el día del lanzamiento. Haga cosas que son noticiables para obtener cobertura de televisión y radio gratis en o cerca del día de la inauguración. En la ciudad de Dalton, trabaje con la Autoridad de Desarrollo del Centro.

A medida que construye su programa de marketing, considere si y cómo estructurar y cómo estructurar elementos de tiempo como programas de [fidelización](#) (que recompensan a los clientes repetidos), [ventas](#) (que ofrecen descuentos de precios normales) y promociones (que fomentan las compras de productos específicos).

¡Asegúrese de que está visible en línea! Registre su negocio reclamando cuentas o perfiles en [Google](#), [Bing](#), [Apple Maps](#), [Facebook](#), [Four Square](#), [LinkedIn](#), [Open Table](#), [Trip Advisor](#), [Yahoo](#), [Páginas Amarillas](#), [Yelp](#) y otros según corresponda.

Considera cómo usas canales publicitarios y de marketing como publicidad de Facebook, Google, correo directo, vallas publicitarias, radio, televisión, señalización de la calle o boca a boca. ¡Los clientes felices hablan!!! También los infelices. ¡Asegúrese de que el tipo correcto salga por las puertas de su negocio!

Recursos de marketing

[Canva](#)

Canva es una plataforma de diseño gráfico, utilizada para crear gráficos de redes sociales, presentaciones, carteles, documentos y otros contenidos visuales. La aplicación incluye plantillas. La plataforma es de uso gratuito y ofrece suscripciones de pago como Canva Pro y Canva for Enterprise para una funcionalidad adicional.

[Mailchimp](#)

MailChimp comienza con planes gratuitos y se escala hasta versiones de pago que proporcionan herramientas de marketing que abarcan correo electrónico, redes sociales y sitios web.

[HubSpot](#)

Un poco más completo, HubSpot tiene planes gratuitos y planes de pago para los roles de marketing, administración de contactos, ventas y servicio al cliente.

[Hootsuite \(medios sociales\)](#)

Hootsuite es una herramienta para gestionar la presencia de una empresa en las redes sociales. Desde la búsqueda de clientes potenciales hasta la atención a los clientes, Hootsuite le ayuda a hacer más con sus redes sociales. También puede considerar estas [alternativas de Hootsuite](#).

Contactos de Marketing de Dalton:

Jamie Jones en el Daily Citizen
jamiejones@dailycitizen.com

Patty Scoggins en North Georgia Radio Group

Tom Phillips o Mario Miller en WTTI (Hope Broadcasting, Inc.)
706-673-2222 - hope933@wttiradio.com

Lucas Payne en WDNN-TV
lpayne@wdnntv.com
(706) 278-9713

Alison Gerber es la Editora de Chattanooga Times-Free Press pero vive aquí en Dalton 423-757-5408

Los recursos adicionales de publicidad/marketing se enumeran en el Directorio de la [Cámara de Comercio de Dalton/Whitfield](#)