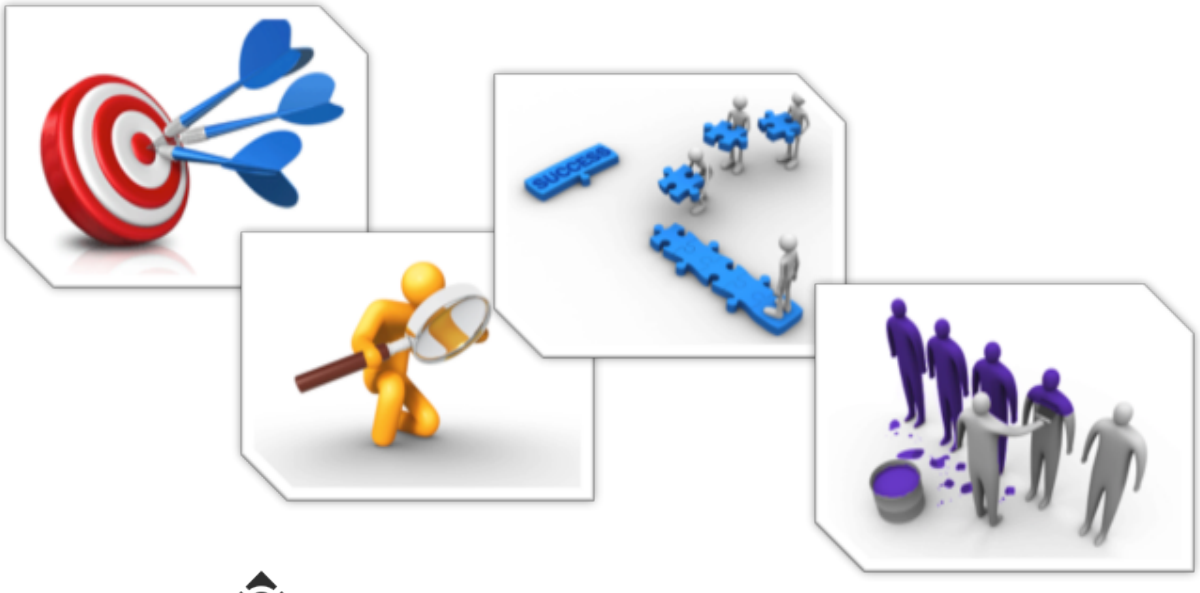
PLAN 360
COMO ESTABLECER UN NEGOCIO EN ESTADOS UNIDOS

GEORGINA TELLO

COO BEADING 2 GO Y TEENEX GROUP

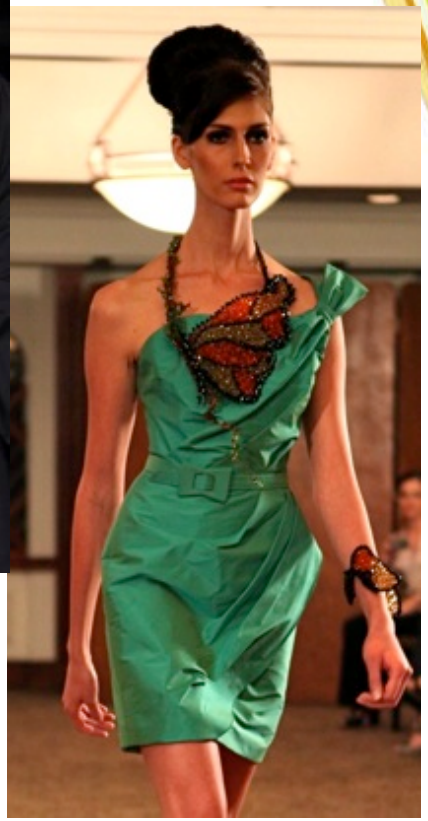
GINATEENEX@ME.COM



- Nuestra pasión es crear e impulsar joyería atractiva, contemporánea ,original y con diseño, que no solo reaccione a lo que otros nos proponen.
- Así es como un nuevo concepto de joyería se abre paso , en mas vitrinas, tiendas y hogares, logrando que personas con talento se incorporen a esta actividad que nos apasiona y llena de vida.

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories



TeenEx®
Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

- El desarrollo de la joyería ha tomado un nuevo ritmo con la globalización en la que nos encontramos, si no nos apoyamos y compartimos nuestros conocimientos, otros llegarán y tomarán nuestro mercado; Esta es la vocación de TEENEX y BEADING2GO en donde hemos logrado capacitar desde el 2005 a mas de 16,000 emprendedores.

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories

- Teenex se ha convertido en una empresa facilitadora que se involucra directamente con el entrenamiento del cliente esto representa contar con un mercado desarrollado, feliz y exitoso.
- Además de trabajar con reconocidos diseñadores y personalidades de la industria del espectáculo, con quienes hemos vinculado nuevos talentos que a la fecha siguen cosechando éxitos personales

TeenEx®
Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

2005

ASI EMPEZO TODO.....

Tera.
ompetencia Nacional
de Joyería Armada
Gana un lingote de Pla

Foto: MURAL/Gabriel Suárez

Georgina Tello, directora de Teen Extravaganza, *empresa que promocionará en Estados Unidos la creación de un negocio joyero.*

Va empresa joyera por latinos en EU

POR GABRIEL SUÁREZ

LA EMPRESA TAPATÍA Teen Extravaganza quiere extender su crecimiento hacia el mercado hispano en Estados Unidos, pero lo quiere hacer con una peculiar estrategia: invitar a los paisanos a regresar a su lugar de origen y poner un negocio de joyería.

El próximo mes, la empresa Platinum Television Group, de cobertura nacional en Norteamérica, comenzará a difundir una serie de programas invitando a los residentes y emigrantes a encontrar en la joyería una fuente para hacer negocios.

"La idea es llegar a la gente latina que quiere regresar a su País y quiere poner un negocio, pero no sabe qué hacer, entonces nosotros les estamos acercando todo lo que es el desarrollo de negocios y la capacitación necesaria para que inicien con él", dijo Georgina Tello, directora de Teen Extravaganza.

Los programas serán difundidos principalmente en los estados donde existe un mayor número de latinos como es California, Nuevo México, Chicago, Atlanta y Miami.

Asimismo, Tello adelantó que durante la próxima edición de Expo Joya a desarrollarse en el mes de abril, se harán las grabaciones de talleres de creación de joyería de armado, el producto que ha logrado que esta empresa esté presente ya en 19 ciudades del País.

"Todos los latinos que no han encontrado un ingreso adecuado, que tengan la posibilidad de hacer un desarrollo de negocios o a los paisanos que quieren regresar pero no saben a lo que se van a dedicar, son a los que nos estamos enfocando", agregó.

A 12 años de haber sido creada, Teen Extravaganza ha sostenido su crecimiento con una propuesta nueva: la venta de franquicias para el armado de joyería.

"Hemos llegado a varias ciudades porque damos la posibilidad de que personas que no tienen como oficio la joyería, desarrollen el negocio fabricando un joyería de engarzado, de armado, nosotros les damos la capacitación y los materiales para que desarrollen los productos", dijo Tello.

Invitan a competir

Teen Extravaganza convoca a la primera Competencia Nacional de Joyería Armada, abierto al público en general que no haya participado anteriormente en certámenes de joyería.

Del 1 al 28 de marzo en las tiendas de esta empresa se recibirán los trabajos de joyería de plata, piedras y cristales, ya sean anillos, pulseras, aretes, collares, que sea desarrollada por el mismo participante.

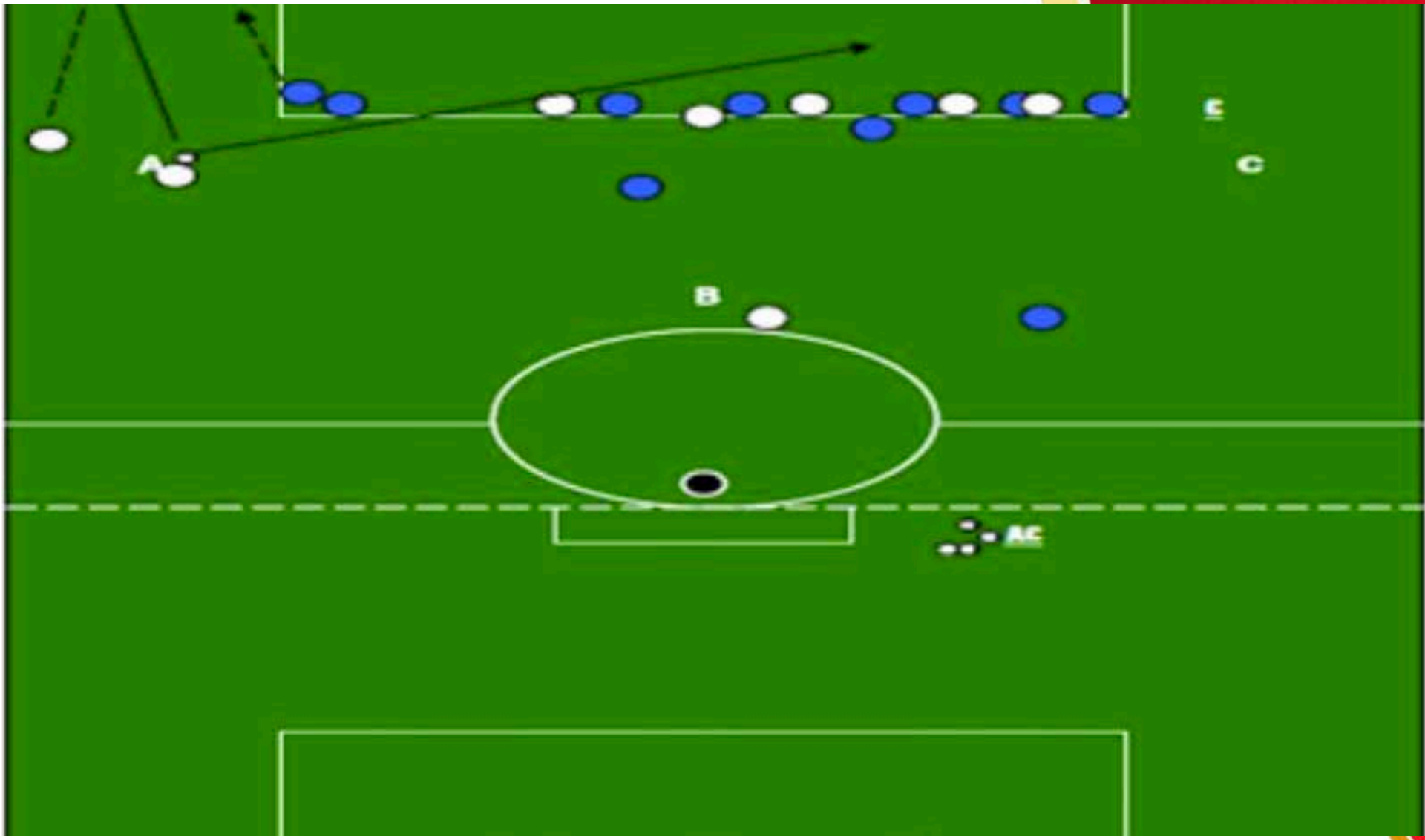
- Sabes Jugar el juego?
- Futbol

Velocidad y Destreza

- **Futbol Soccer**

- **Futbol Americano**

Juego Rudo y de Estrategia



- **Defienden y atacan**

  Los 11 Integrantes

- 3 Unidades actuando juntas

Ofensiva -Defensiva - Tactica

58 Jugadores x Equipo

- **No hay tiempo Fuera**

Las indicaciones se gritan sin interrupir el partido

- Cada Jugador tiene una funcion

Variedad

Novedades

Servicio

Costo

Precio

Ubicación

Canales de Distribución

Productos demandados

Inventario

Ofertas

Capacitacion

Productos Estratégicos

Exhibición

Beading 2 go

Competencia

- Equipo de Ataque

Hay mucha informacion de % y estadisticas

- **Equipo para Defensa**

Tacticas de Bloqueos e Intercepciones

- **Equipo Tactico**

  Entrenadores bien Comunicados y con Tecnologia

17 REGLAS

- Reglas del FUTBOL Soccer

- Reglamento del Americano

El Reglamento es de 92 paginas
3 grandes partes
22 secciones
Alrededor de 100 sub-secciones.

Equipo de Defensa

Equipo de Ataque

Servicio

Standard de Calidad

Actualizaciones

Canal de Distribución

Garantía

Estructura de $

Socios Estratégicos

Relación con clientes

Anotación

Lluvia de Ideas

Campo

- Objetivo——> Ventas

Anotacion !!!!!!!!!!

- Objetivo ——> Anotar el mayor Numero de Puntos

MOVERTE DE RESIDENCIA

- Si tu plan es moverte de residencia y abrir tu propio negocio, tienes que informarte y analizar los datos demográficos de los destinos que preselecciones como opciones viables.

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories

EXPERIENCIA PREVIA

- Una buena idea puede ser replicar un modelo exitoso. Pero recordemos que el mercado Estadounidense sumado a la variedad de hispanoparlantes que viven aquí hacen una mezcla muy diferente al mercado Mexicano.

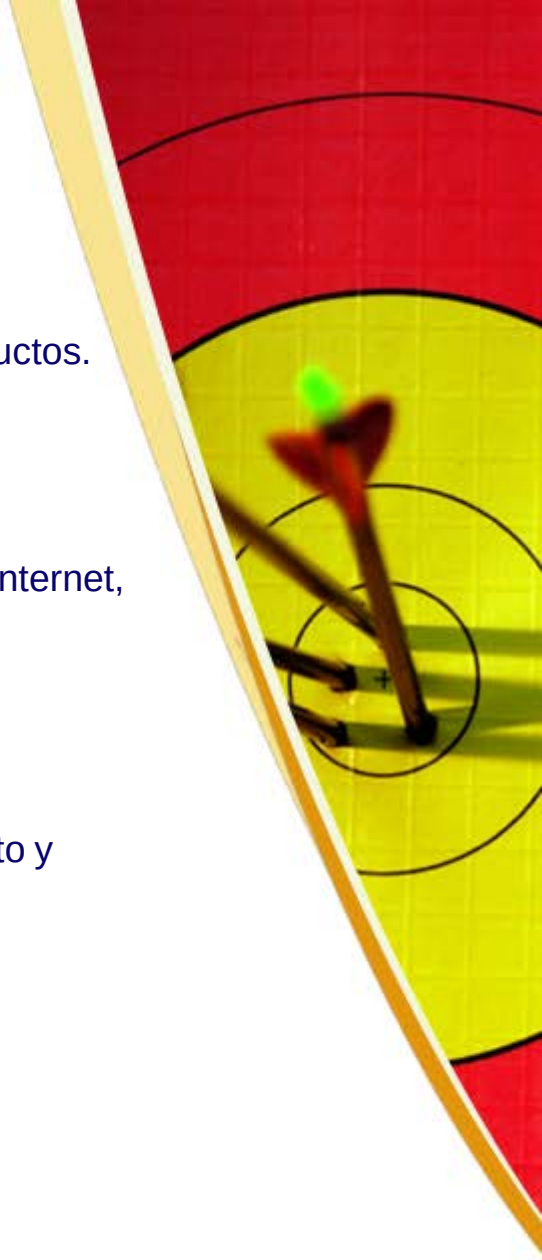
Hay muchas razones que nos mueven a tomar la decisión de vender al consumidor estadounidense de forma directa.

CRECER HACIA OTROS MERCADOS

- Si tu plan es impulsar el desarrollo de tu empresa, debes asegurarte que sea un proyecto rentable en el extranjero.

FORMAS DE NEGOCIO

- Establecer un negocio de venta al detalle ,venta al público de nuestros productos.
- Establecer un negocio de venta especializada.
- Establecer un negocio de productos comercializados a base de catálogos, Internet, vending machines y órdenes por correo.
- Establecer un negocio B2B ó B2C
- Comprar un negocio establecido como tiendas que tienen un posicionamiento y experiencia probada en el mercado.
- Abrir una franquicia de una marca americana.
- Negocios de Networkmarketing



TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories

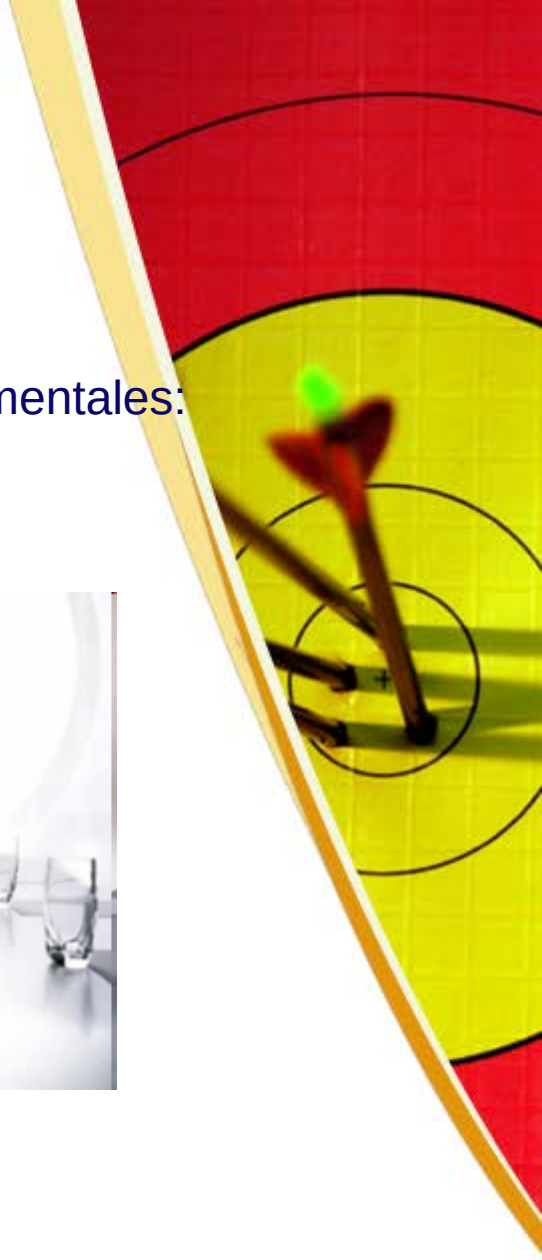
EL ABC DE LOS PRIMEROS PASOS

TeenEx®
Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

- Resuelve tu situación migratoria.
- Ten claro tu business plan.
- Establece tu empresa.
- Obtén tu social security number, personal y del negocio.
- Comienza tu historial crediticio personal y del negocio.
- Establece un equipo de trabajo sólido para la puesta en marcha del negocio.
- Hacer todos los trámites pertinentes para poder recibir tarjeta de crédito

- Busca asesores externos confiables en tus áreas fundamentales:
  - Migración
  - Legal
  - Administrativa
  - Exportación / importación
  - De seguros
  - De bienes raíces
  - Bancarias
  - Publicidad y marketing
  - Internet



TeenEx® Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

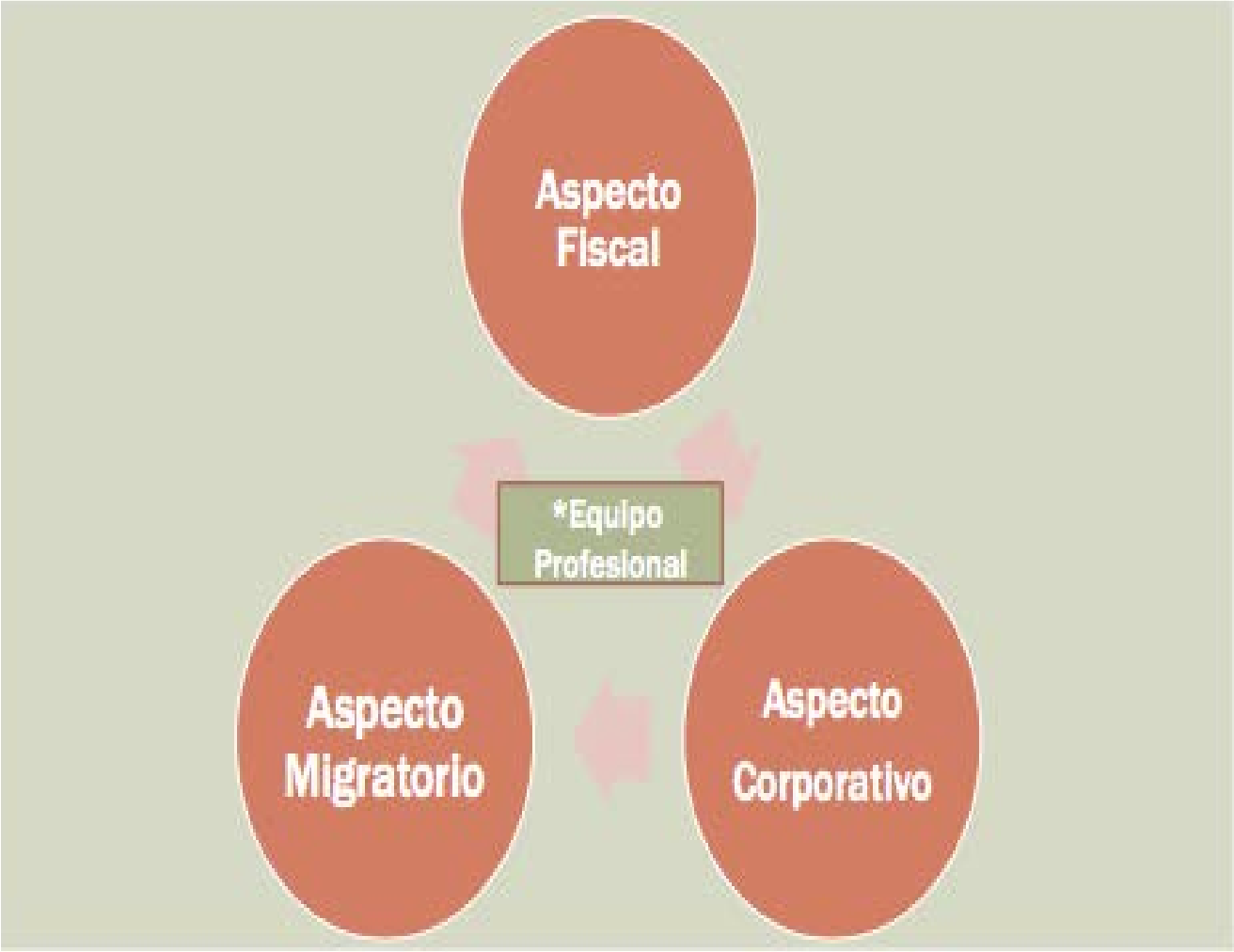
Beading2go
beads, stones & accessories

MARCO REGULATORIO

Primer paso: informarse respecto a productos sujetos a regulaciones especiales a nivel federal o estatal

- Productos agrícolas (USDA – United States Department of Agriculture)
- Productos de Salud o de uso personal (FDA – Food and Drug Administration)
- Productos alcohólicos y tabaco (TTB – Alcohol and Tobacco Trade and Tax Bureau)
- Tecnología (NSA – National Security Agency)

PROTECCION DE BIENES



TIPOS DE ORGANIZACIONES

Sociedades de Responsabilidad Limitada

- *Corporation*
- *Limited Liability Company*
- *Limited Liability Partnerships*

Sociedades Generales

- Sucursales y subsidiarias
- *Joint Ventures*
- Partnerships

Otras figuras

- Distribuidores y franquicias
- Alianzas estratégicas

LEYES DE NEGLIGENCIA Y PRODUCTOS

- Indemnización
- Daños a personas y propiedad
- Evitar Grandes Veredictos
- Seguro de Responsabilidad

CONTRATOS

Contratos que deben ser por escrito

- Avalar deuda de terceros
- Venta de bienes raíces;
- Contratos de arrendamiento por mas de un año
- Acuerdos que tardan mas de un año para completar
- Promesas de pago de comisión por venta o compra de intereses relacionados con minerales o hidrocarburos

HANDBOOK BASICS

- Derecho al trabajo-Sindicatos
- Empleo a voluntad("*at will*")
- Prácticas de empleo–Acciones y opciones–Convenios de no competir–Secretos industriales
- Leyes de discriminación
- Acoso sexual

- Categorías:

– Inmigración Permanente o EB-5 • "Green Card"

- Se convierte en un ciudadano estadounidense para propósitos legales y fiscales.

– Inmigración Temporal
- B-1,L-1,E-1,E-2

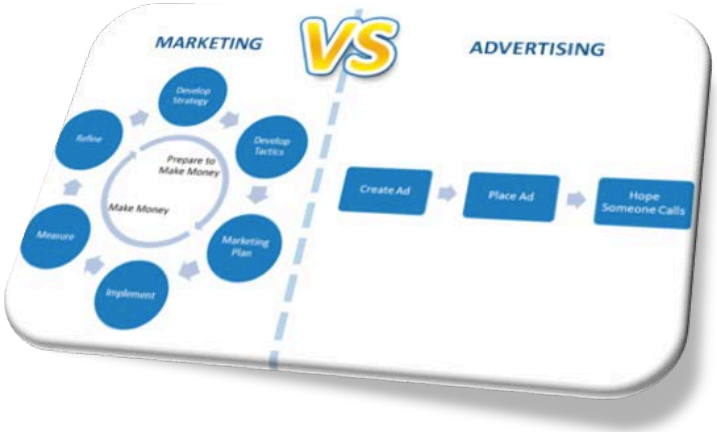
Diferencias fundamentales de cultura social y de negocios entre Mexico y los EE.UU.

1 - Mentalidad y Cultura de Negocios Local

#2 - Visión Amplia y de Largo Plazo

3 - Relacionarse con Americanos

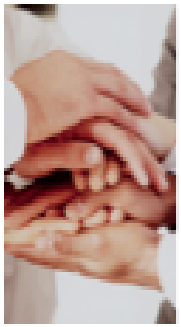
#4 - Diferencia entre Mercadotecnia y Publicidad



#5 - Asesorarse con Profesionales

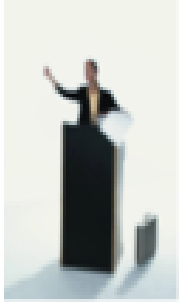
#6 - Valorar el tiempo propio y el de los demás

Marcos Básicos de Referencia



Ser:

Orientados a la relacion, el factor más importante es el estatus del individuo, su situación específica dentro del grupo.



Hacer:

Orientados a la tarea, el factor más importante son los logros pragmáticos del individuo.

Preponderancia de creencia:

(Se juega a las probabilidades)

En un grupo cultural se podrán encontrar todo tipo de tendencias

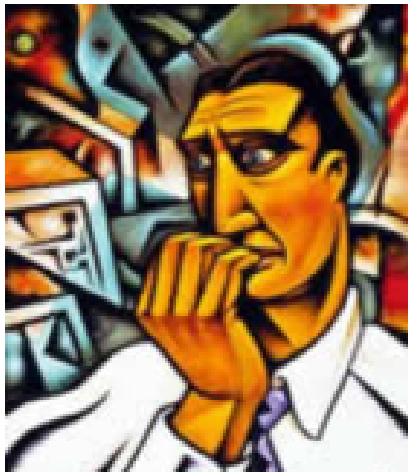
Aquellas tendencias que sean compartidas por el 70% o mas dictaran el comportamiento del grupo en su conjunto.

Dimensiones Culturales

Distancia de poder:

Nivel de aceptación de la distribución desigual de poder como algo natural

Dimensiones Culturales

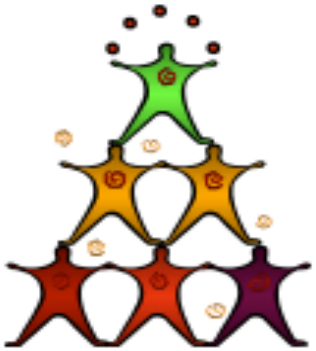


Evasión de incertidumbre:

Grado en el cual las situaciones desconocidas o inciertas son percibidas como amenazadoras

Dimensiones Culturales

Colectivismo

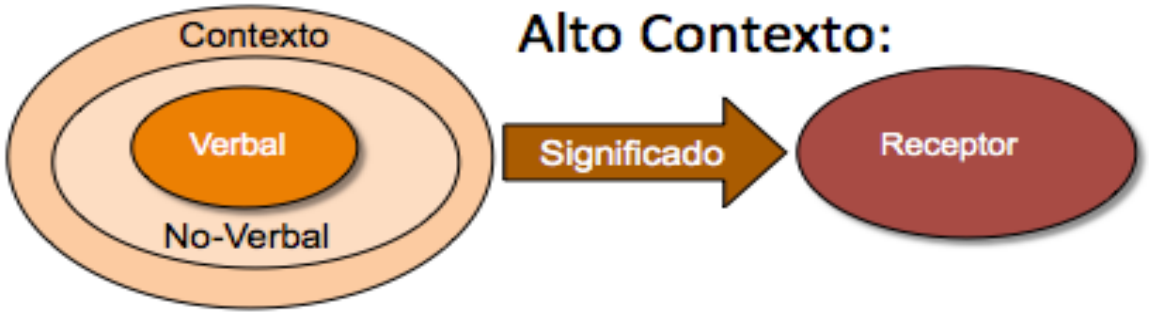


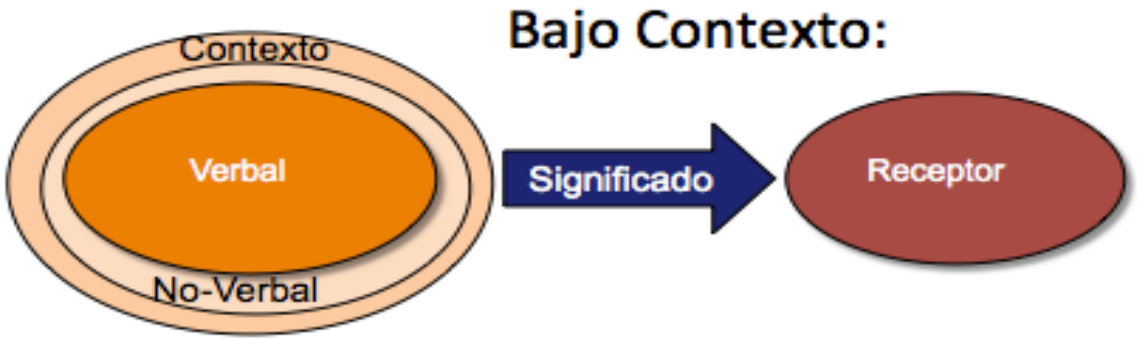
Validación a través de la lealtad y la dependencia del individuo respecto al grupo

Individualismo

Validación a través de la autonomía y la independencia del individuo respecto al grupo

Dimensiones Culturales





Dimensiones Culturales

Monocronico

10:00 10:00 10:00

Policronico

10:05 10:15 10:00

Vecinos Diferentes

Estados Unidos

México

Los negocios en los EE.UU.

1. Claridad sobre expectativas / objetivos, de preferencia mediante contratos o acuerdos escritos
2. Respeto por los tiempos acordados
3. Expresar sin rodeos las dudas o dificultades
4. Enfoque a la relacion profesional mas que personal
5. Asumir y esperar que el otro asuma responsabilidad individual

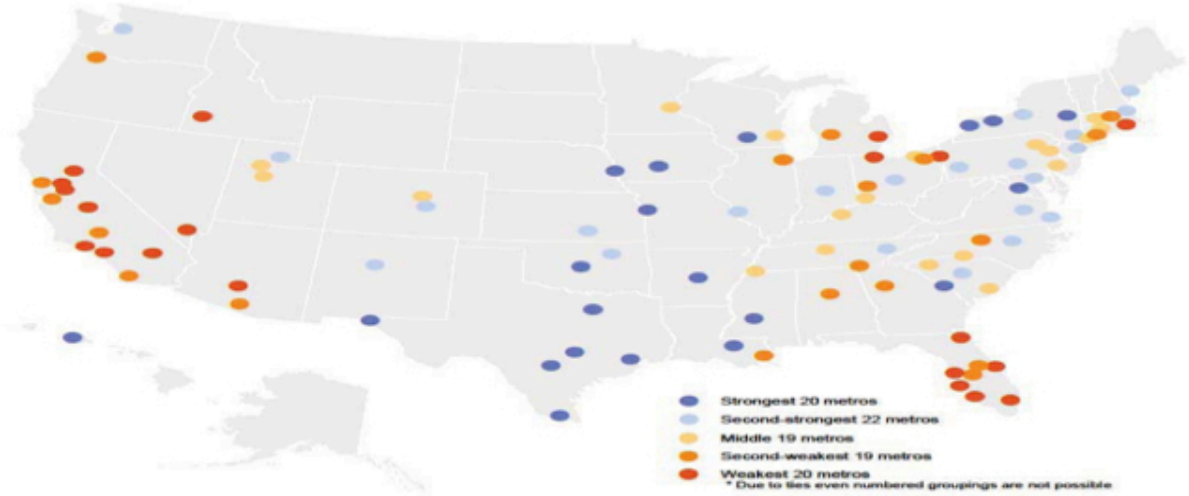
A project may be eligible for a tax abatement if the majority of the company's business at the project location is engaged in a targeted industry:

- Agribusiness
- Aviation/Aerospace
- Biotechnology
- Corporate and Regional Headquarters
- Creative Services
- Downtown Urban Significant Projects
- Environmental Technology
- Finance
- Information Technology and Security
- Logistics and Distribution
- Manufacturing
- Telecommunications

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories

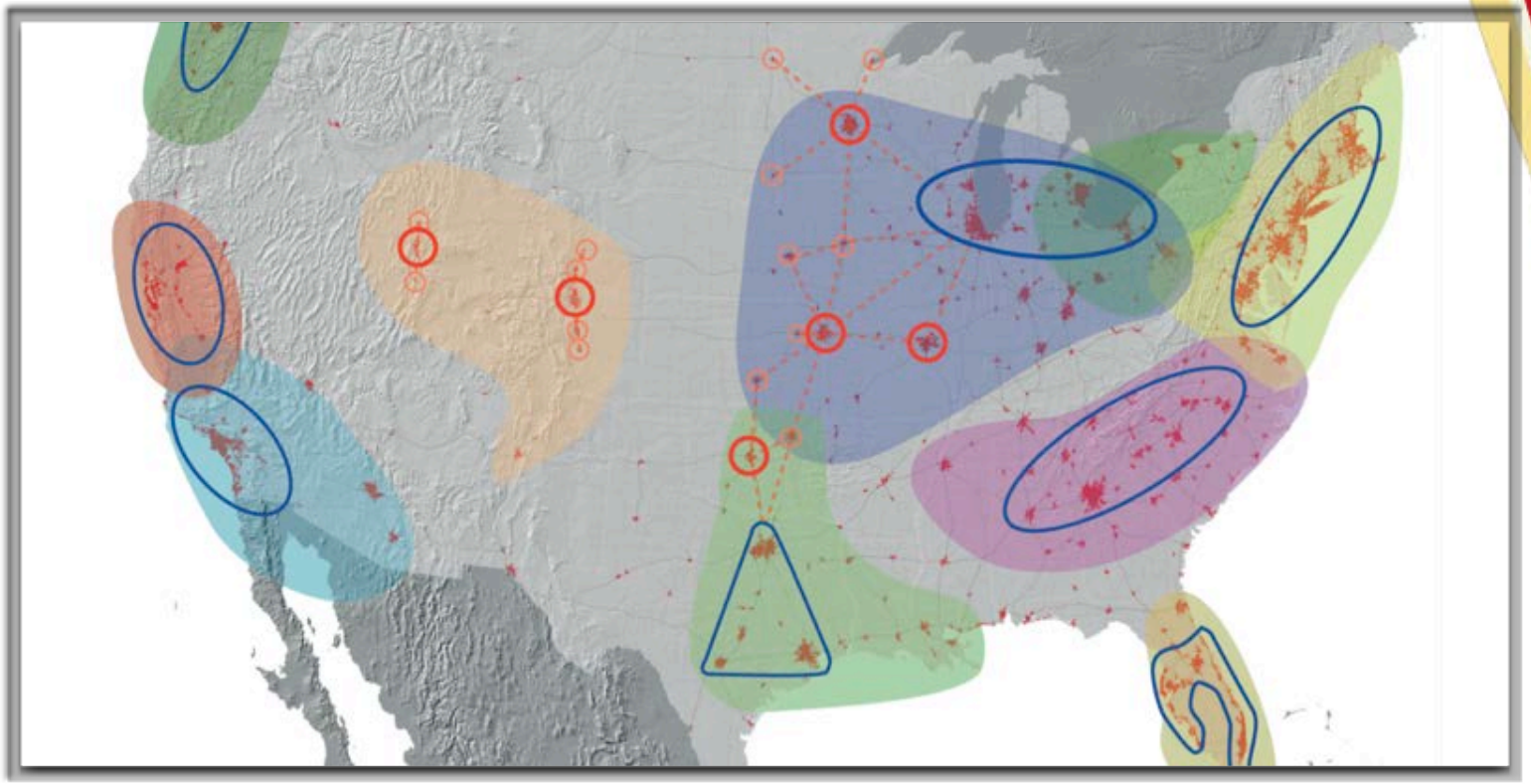
erall performance on change in employment, unemployment rate, GMP, and housing prices ce the beginning of the recession



The 20 strongest-performing metro areas		The 20 weakest-performing metro areas	
Albany, NY	Jackson, MS	Boise City, ID	Oxnard, CA
Augusta, GA-SC	Kansas City, MO-KS	Cape Coral, FL	Palm Bay, FL
Austin, TX	Little Rock, AR	Detroit, MI	Phoenix, AZ
Baton Rouge, LA	Madison, WI	Fresno, CA	Providence, RI-MA
Buffalo, NY	McAllen, TX	Jacksonville, FL	Riverside, CA
Dallas, TX	Oklahoma City, OK	Las Vegas, NV	Sacramento, CA
Des Moines, IA	Omaha, NE-IA	Los Angeles, CA	Stockton, CA
El Paso, TX	Rochester, NY	Miami, FL	Tampa, FL
Honolulu, HI	San Antonio, TX	Modesto, CA	Toledo, OH
Houston, TX	Washington, DC-VA-MD-WV	North Port, FL	Youngstown, OH-PA

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories



Las Otras grandes Mega Regiones se encuentran en una recesion economica

Es una de las pocas areas que concentra 3 de las mayores Ciudades en USA con una distancia menor a 3 horas de camino.

Houses value

San Francisco, CA	$402,900	
Los Angeles, CA		$303,500
Washington, DC		$279,400
Philadelphia, PA		$206,000
Denver, CO	$192,900	
Albuquerque NM		$182,600
Austin, TX	$182,300	
Tucson, AZ	$176,400	
Minneapolis, MN		$174,100
U.S.		**$169,000**
New Orleans, LA		$150,800
San Antonio, TX		***$148,300***
Houston, TX		$126,600
Atlanta, GA		$115,600

Metropolitan Area

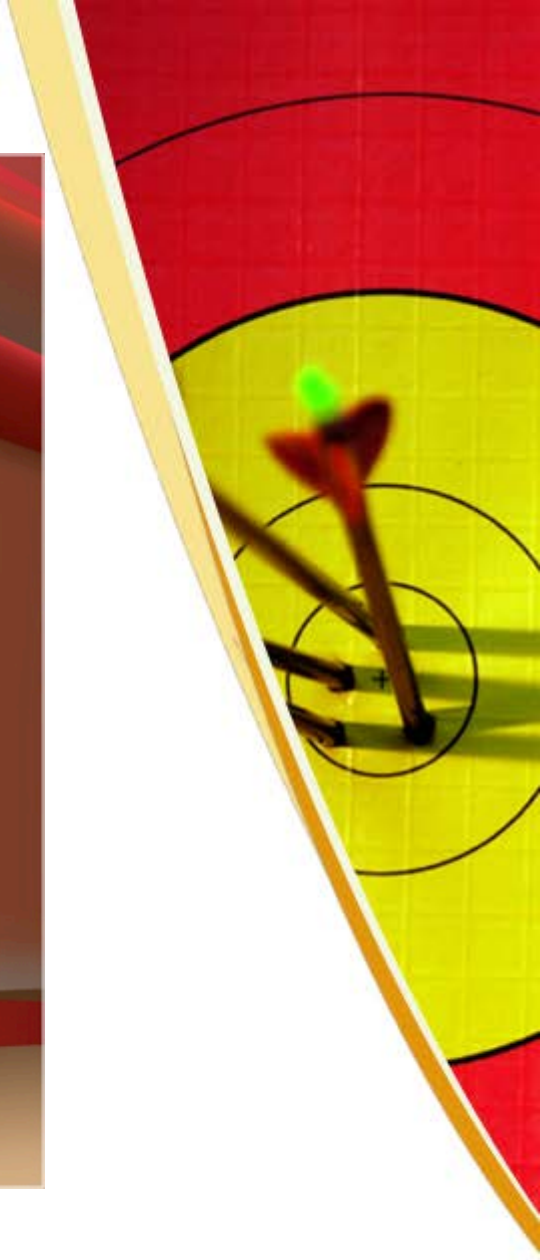
The 7th largest city in the U.S.

Rank	City	Population Estimate 2005
1	New York	8,143,197
2	Los Angeles	3,844,829
3	Chicago	2,842,518
4	Houston	2,016,582
5	Philadelphia	1,463,281
6	Phoenix	1,461,575
7	***San Antonio***	***1,256,509***
8	San Diego	1,255,540
9	Dallas	1,213,825
10	San Jose	912,332

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories

¿QUÉ ES EL NEGOCIO DE VENTA AL DETALLE?



QUE ES VENDER AL DETALLE?

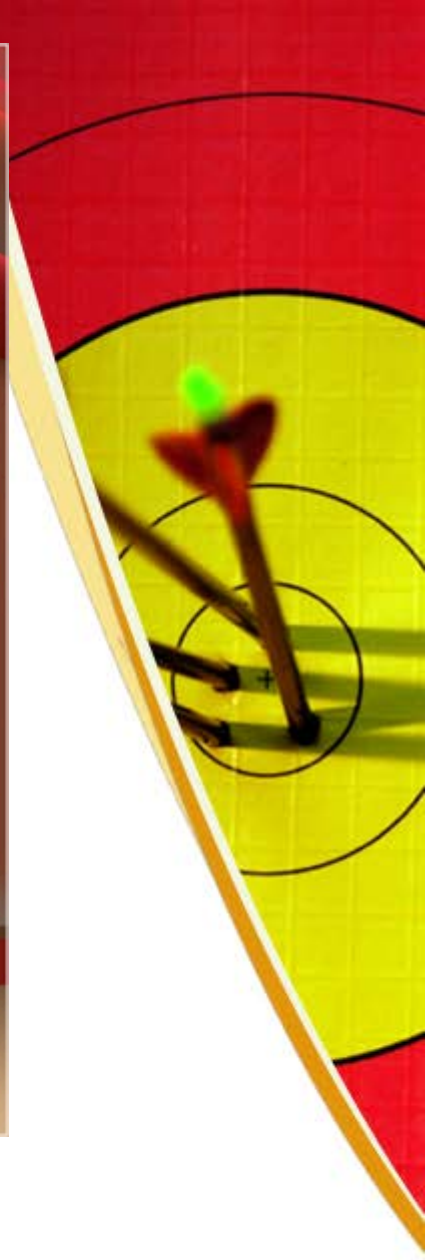
Consiste en la comercialización y en todas las actividades que se relacionan directamente con la venta de bienes y servicios a consumidores finales.

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories

- Es relativamente fácil convertirse en un detallista. No se requiere una gran inversión en equipo de producción sin embargo la compañía tiene que hacer un trabajo satisfactorio en su papel principal: Complacer a los consumidores, que en el caso del mercado americano es muy importante el servicio, la comodidad pero sobre todo la información y garantía del producto.

¿QUIÉN ES TU MERCADO META?



En México la selección de un local es por flujo peatonal.

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

- En USA la selección de un local es por el tipo de clientes de la zona o negocios afines al mismo tipo de mercado que el tuyo, ya que la gente llega en vehiculo.
- Buen estacionamiento
- Costo del espacio a rentar (Local de 125 mts entre 3000 a 5000 dolares.

Beading2go
beads, stones & accessories

TeenEx®
Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

ANALISIS

- Poder de compra de la zona
- Número de competidores en el área
- Tipo de la competencia
- Regulaciones de la zona
- Expansión de la ciudad

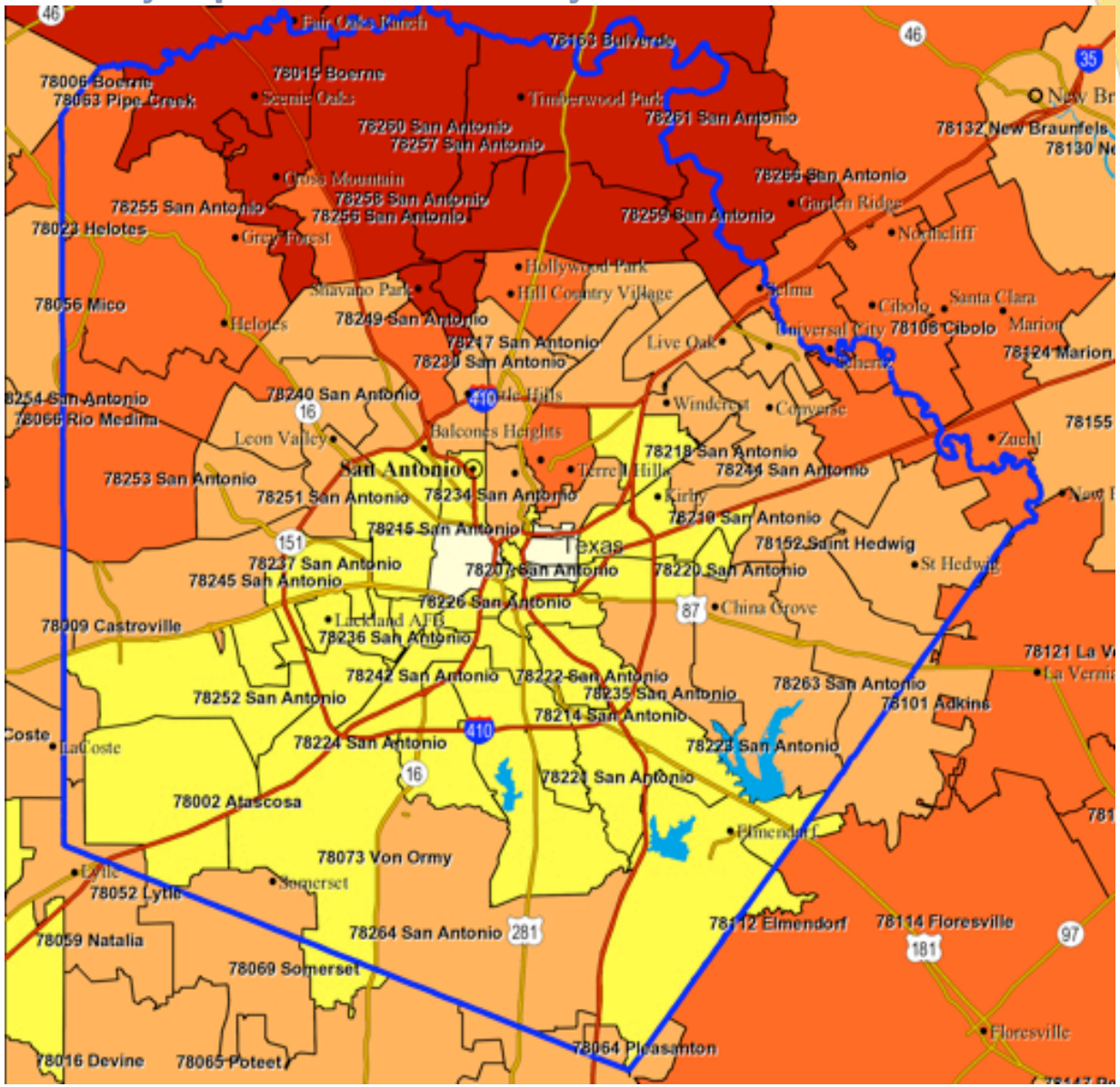
TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories

Jewelry expenditures current year

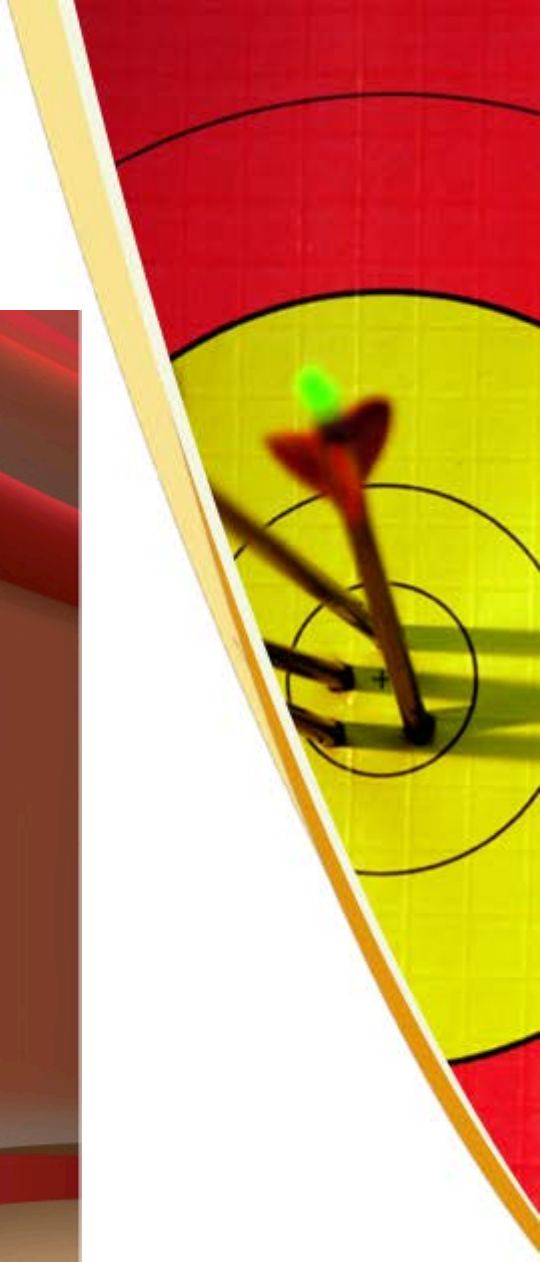
NOTES

232.5
172
125
93
Below 93



LA RUTA CRITICA

Desde nuestra experiencia personal



Hobby Lobby

Mezcla del Producto

- Decoración y Accesorios
- Hobby de Joyería
- Marcos y Portaretratos
- **Artesanías**
- **Camisetas y Sudaderas**
- **Artículos de temporada**
- **Velas Decorativas y accesorios para Decorarlas**
- **Artículos para Albunes fotográficos**

Jewelry

- Acrylic Gems
- Alphabet Beads
- Base Metal Findings
- Bead Stringing Materials
- Charms & Accessories
- Color Gallery Beads
- CRYSTALLIZED Swarovski Elements
- Glass Beads
- Hair Accessories
- Hypoallergenic Findings
- Jewelry Making Books
- Magnetic Hematite Beads
- Metal Beads
- Metal Gallery
- Metal Kits
- Metal Wire & Accessories
- Natural Gallery - Traditions
- Plastic & Acrylic Beads
- Precious Metals
- Storage, Tools & Glue
- Vintaj

Most Popular

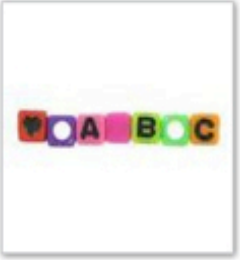
Charms & Accessories

Glass B

Home > **Jewelry**

Select a Category in **Jewelry**

Acrylic Gems



Alphabet Beads

Base Metal Findings

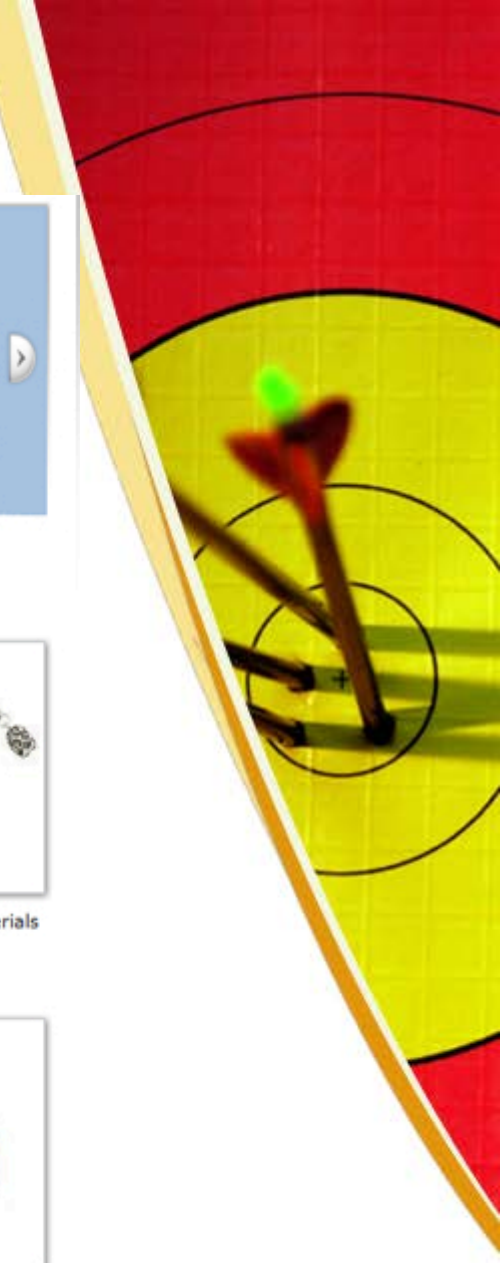
Bead Stringing Materials

Charms & Accessories

Color Gallery Beads

CRYSTALLIZED Swarovski Elements

Glass Beads



Michaels
Where Creativity Happens™

Welcome! Create Your Account | Sign In
Buy Gift Cards | Our Weekly Ad | Find a Store

Departments | Projects | Tips & Techniques | Products | Videos | Community | Entire Site | Search

Home » Beads

Printable List (0)

Beads

Shoreline
from Bead Landing™

Exclusive to Michaels®

New project ideas!

1 2 3

Projects

View 100s of project ideas.

View All Beads Projects ▸

Tips & Techniques

Need help? You'll find it here.

View Tips and Techniques ▸

Products

View All Beads Products ▸

New Ideas

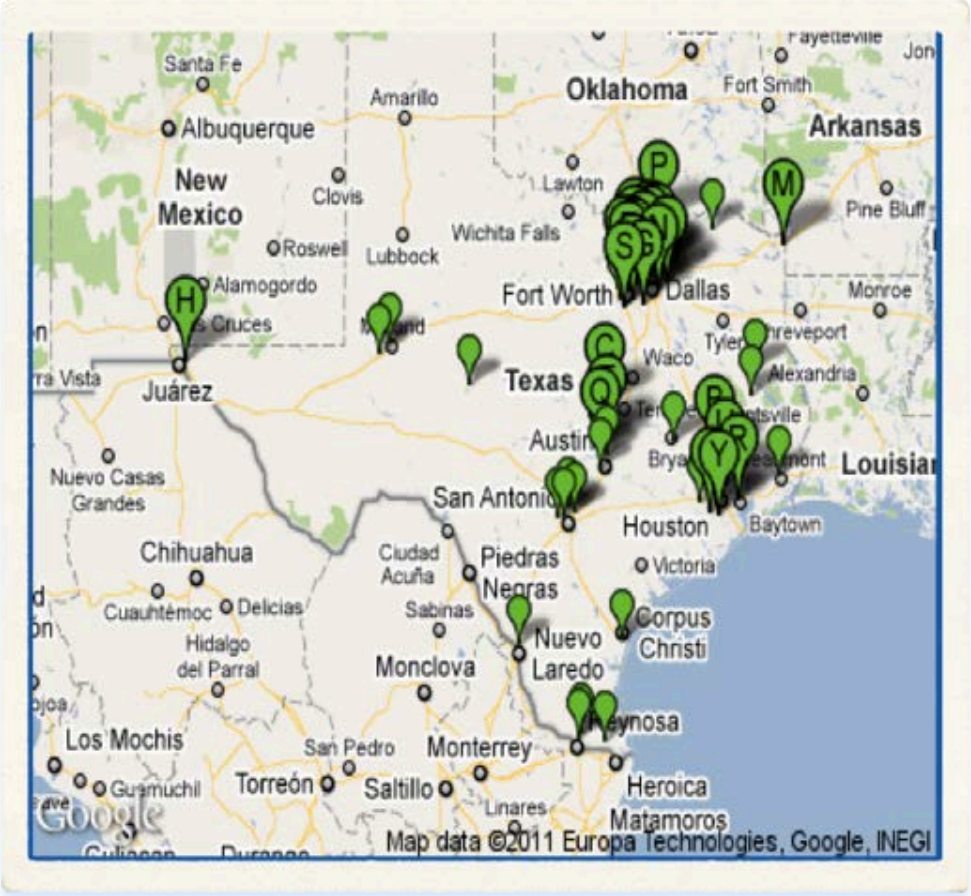
Bead Landing™ Sedona Collection

Trinkettes Charmed Bracelet

Green Ribbon Necklace

popular brands

- Industrial Chic™
- Bead Gallery®
- Crystazzi
- Bead Landing™
- Swarovski by Jolee's Jewels™
- Trinkettes



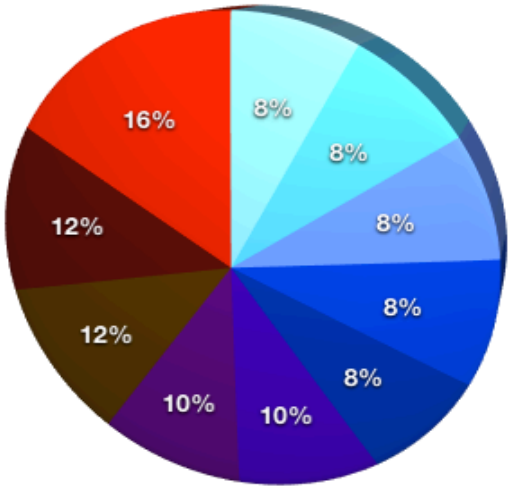
Estudio de Hobby Lobby

- 66 Tiendas en TX

Quien es nuestro Cliente ?

zip codes	Concentrado
78228	27
78245	27
78258	27
78240	30
78250	30
78154	35
78109	36
78232	42
78233	43
78247	58

Concentrado de clientes

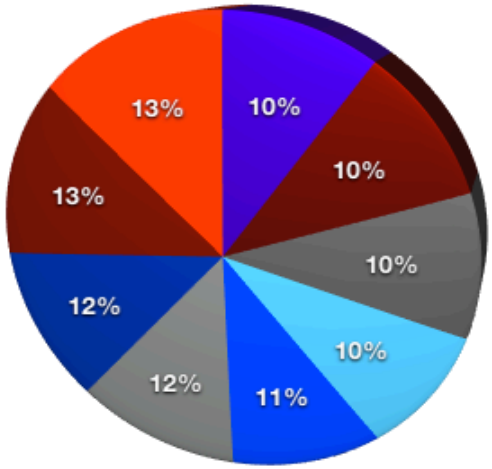


78228
78245
78258
78240
78250
78154
78109
78232
78233
78247

zip codes	
78154	8
78232	8
78244	8
78245	8
78240	9
78109	10
78250	10
78233	11
78247	11

78154
78232
78244
78245
78240
78109
78250
78233
78247

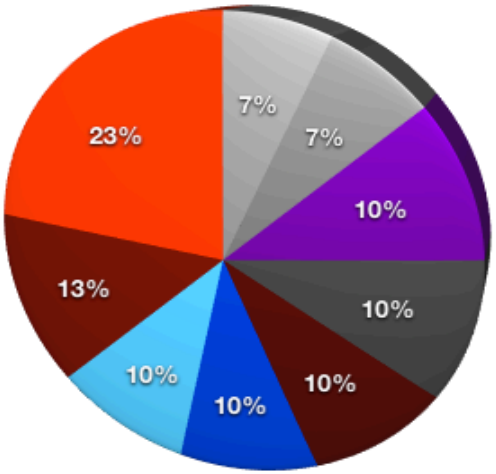
Forum



zip codes	
78223	2
78260	2
78109	3
78227	3
78232	3
78240	3
78245	3
78233	4
78247	7

78223
78260
78109
78227
78232
78240
78245
78233
78247

Bandera



Zip Code	
78228	5
78239	5
78258	5
78130	6
78227	6
78232	7
78233	7
78109	8
78154	11
78247	11

78228
78239
78258
78130
78227
78232
78233
78109
78154
78247

Northwoods

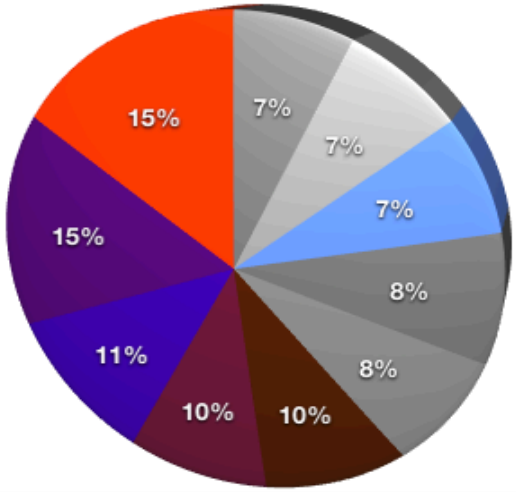


Table of Contents

IFC Tapestry LifeMode Summary Groups
1 Segmentation 101
3 Tapestry Segmentation
4 Tapestry Segmentation Methodology
7 Using Tapestry Segmentation to Grow Your Business
10 Success Story: Central Virginia Fire District
11 Success Story: Arlington Food Assistance Center
12 Tapestry Segmentation Summary Groups
13 Table 1: LifeMode Summary Groups by Segment Codes
14 Tapestry Segmentation LifeMode Group Descriptions
17 Income Range of the LifeMode Summary Groups
18 Table 2: Urbanization Summary Groups by Segment Codes
19 Tapestry Segmentation Urbanization Group Descriptions
22 Levels of the Urbanization Summary Groups
23 Segment Legend
24 01 *Top Rung*
25 02 *Suburban Splendor*
26 03 *Connoisseurs*
27 04 *Boomburbs*
28 05 *Wealthy Seaboard Suburbs*
29 06 *Sophisticated Squires*
30 07 *Exurbanites*
31 08 *Laptops and Lattes*
32 09 *Urban Chic*
33 10 *Pleasant-Ville*
34 11 *Pacific Heights*
35 12 *Up and Coming Families*
36 13 *In Style*
37 14 *Prosperous Empty Nesters*
38 15 *Silver and Gold*
39 16 *Enterprising Professionals*
40 17 *Green Acres*
41 18 *Cozy and Comfortable*
42 19 *Milk and Cookies*
43 20 *City Lights*
44 21 *Urban Villages*
45 22 *Metropolitans*
46 23 *Trendsetters*
47 24 *Main Street, USA*
48 25 *Salt of the Earth*
49 26 *Midland Crowd*
50 27 *Metro Renters*
51 28 *Aspiring Young Families*
52 29 *Rustbelt Retirees*
53 30 *Retirement Communities*
54 31 *Rural Resort Dwellers*
55 32 *Rustbelt Traditions*
56 33 *Midlife Junction*
57 34 *Family Foundations*
58 35 *International Marketplace*
59 36 *Old and Newcomers*
60 37 *Prairie Living*
61 38 *Industrious Urban Fringe*
62 39 *Young and Restless*
63 40 *Military Proximity*
64 41 *Crossroads*
65 42 *Southern Satellites*
66 43 *The Elders*
67 44 *Urban Melting Pot*
68 45 *City Strivers*
69 46 *Rooted Rural*
70 47 *Las Casas*
71 48 *Great Expectations*
72 49 *Senior Sun Seekers*
73 50 *Heartland Communities*
74 51 *Metro City Edge*
75 52 *Inner City Tenants*
76 53 *Home Town*
77 54 *Urban Rows*
78 55 *College Towns*
79 56 *Rural Bypasses*
80 57 *Simple Living*
81 58 *NeWest Residents*
82 59 *Southwestern Families*
83 60 *City Dimensions*
84 61 *High Rise Renters*
85 62 *Modest Income Homes*
86 63 *Dorms to Diplomas*
87 64 *City Commons*
88 65 *Social Security Set*
89 66 Unclassified
90 Tapestry Segmentation for Educators
91 How You Can Access Tapestry Segmentation
IBC Tapestry Urbanization Summary Groups

19 Milk and Cookies

Segment Code 19
Segment Name .....Milk and Cookies
LifeMode Summary Group .....L9 Family Portrait
Urbanization Summary Group ....U3 Metro Cities I

Demographic

Upscale living on a family allowance, *Milk and Cookies* represents young, affluent married couples who are starting their families or already have young children. The median age of 33.8 years represents the presence of kids; nearly half of the households include children. One in four householders is between the ages of 45 and 54. The population diversity is comparable to that of the United States, and the proportions of the population by race approximate the US distributions with slightly above-average ratios of black and Hispanic residents.

Socioeconomic

Ninety percent of *Milk and Cookies* households earn income from wages. The labor force participation rate of 69.8 percent is above average. The median household income is $64,880, and the median net worth is $135,190. Fifty-eight percent have attended college; more than 20 percent hold bachelor's or graduate degrees.

Residential

Milk and Cookies residents prefer single-family homes in suburban neighborhoods of cities, largely in the South, particularly in Texas. Smaller concentrations of households are located in the West and Midwest. The median home value is $128,801. Housing units are generally 20–30 years old. Given the concentration of dual-income families, 71 percent of households have at least two vehicles. A family with two or more workers, more than one child, and two or more vehicles is the norm for these neighborhoods.

Preferences

As *Milk and Cookies* residents settle into their family-oriented lifestyle, they focus on family and the future. They are properly insured, carrying life and accidental death and dismemberment policies. They use a credit union, have overdraft protection, and usually have a new car loan. Although they may still own a motorcycle or small car, they prefer larger vehicles. When they move, they rent a U-Haul and move their own belongings. Many households own a dog. The presence of children in *Milk and Cookies* households drives their large purchases of baby and children's products including baby food, baby equipment, clothes, shoes, medicine, vitamins, board games, bicycles, toys, video games, and children's DVDs. Most households own one of the latest video game systems and a large-screen TV.

To save time in their busy lives, they frequently buy prepared dinners from the grocery store and fast food. They play video games, go bowling, and visit theme parks such as Six Flags and Sea World. They watch professional football and basketball games. Favorite cable channels include Cartoon Network, Discovery Channel, National Geographic Channel, and BET. They also work on their lawns, tackle interior painting projects, or do minor maintenance on their vehicles.

39 Young and Restless

Segment Code 39
Segment Name .....Young and Restless
LifeMode Summary Group .....L4 Solo Acts
Urbanization Summary Group ....U4 Metro Cities II

Demographic

Change is the constant for *Young and Restless* households. This young, on-the-go population has a median age of 28.6 years. Approximately two-thirds of them are younger than 35. Fifty-eight percent of these households are either single person or shared. Neighborhoods are diverse. Fifty-six percent of the residents are white; however, an above-average representation of blacks, Hispanics, and Asians also live in these neighborhoods.

Socioeconomic

The median household income is $46,185, and the median net worth is $12,857. Although the median household income is below the US median; only 23 percent of these residents have children, giving them more disposable income than segments with similar income levels. They are educated; 36 percent aged 25 years or older hold a bachelor's or graduate degree; 69 percent have attended college. These ethnically diverse folks are very career-oriented. Seventy-two percent are in the labor force; 10.2 percent are unemployed. Seventy-four percent of the females are working. Most employed residents have professional, sales, service, or office/administration support jobs.

Residential

These neighborhoods are in metropolitan areas in the South, West, and Midwest; the highest concentration is in Texas. Ranked fifth of the Tapestry segments for renters, 85 percent rent apartments in multiunit buildings. Most of the housing was built in the 1970s and 1980s. They don't mind moving for better jobs; 85 percent have moved in the last five years.

Preferences

These young, single professionals are pursuing their careers and living a busy lifestyle. They are technologically savvy and take advantage of the convenience provided by many products and services. They go online to communicate with friends and family, shop, bank, and look for jobs.

They read magazines to stay current on the latest lifestyle and entertainment trends and are just as likely to read a music magazine as a business publication. They go online for the latest news and sports. Television viewing is average. Radio is a good way to reach them; they listen to urban and contemporary hit music.

Seeing movies at theaters and on DVD is a major source of entertainment. They also enjoy going to bars or nightclubs. Their busy schedule also includes working out at the gym and playing various sports. Domestic vehicles have a slight edge in this market.

78247

esri Who lives in ZIP Code 78233? (San Antonio, TX)

Try another ZIP code 78233 Go

Embed

Return to map

19 Milk and Cookies

Household Type:	Married Couples with kids
Median Age:	33.7
Income:	Middle
Employment:	Professional / Management / Skilled
Education:	Some College
Residential:	Single Family
Race/Ethnicity:	White
Financial:	Have mortgage insurance
Media:	Watch educational channels; Cartoon Network
Vehicle:	Own / lease Nissan
Activities:	Frequent fast-food / drive-in restauants
	Buy children's toys / games

Learn More

Top 3 Tapestry Segments for ZIP Code 78247

Classified by Esri Tapestry Segmentation

Share

Segment 12 Up and Coming Families

Segment 19 Milk and Cookies

Segment 06 Sophisticated Squires

Want to perform even more analysis with this data?

Start your free trial of Business Analyst Online.

Get It Now ▸

78247

Return to map

12 Up and Coming Families

Household Type:	Married-Couples with kids
Median Age:	31.9
Income:	Upper Middle
Employment:	Professional / Management
Education:	Some College; Bachelor / Grad Degree
Residential:	Single Family
Race/Ethnicity:	White
Financial:	Have new car loan
Media:	Watch cable TV
Vehicle:	Drive 20,000+ miles annually
Activities:	Eat at Chick-Fil-A
	Own a dock

Learn More

Top 3 Tapestry Segments for ZIP Code 78247

Classified by Esri Tapestry Segmentation

Share

Segment 12 Up and Coming Families

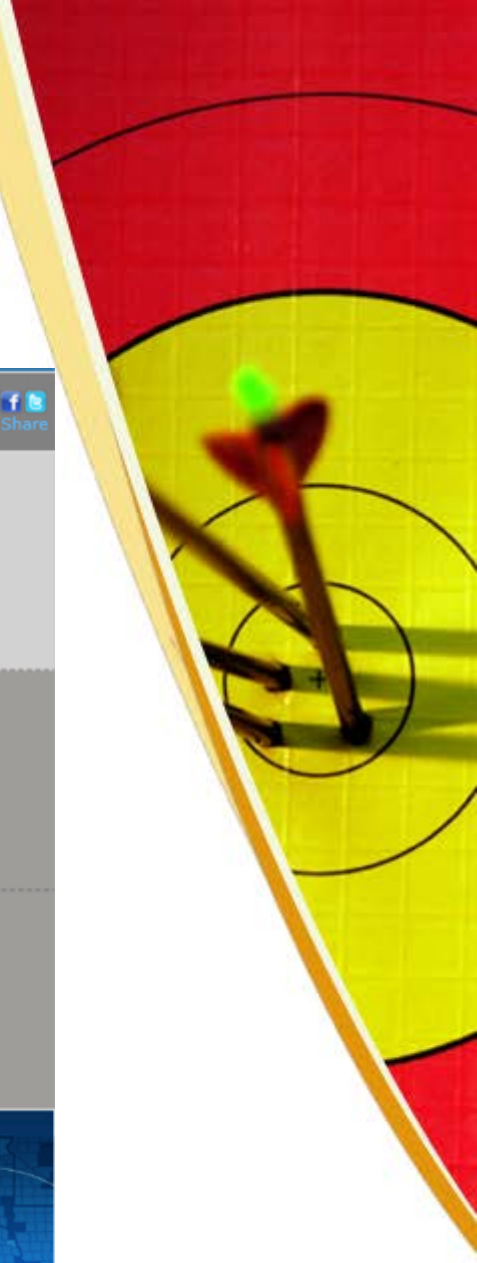
Segment 19 Milk and Cookies

Segment 06 Sophisticated Squires

Want to perform even more analysis with this data?

Start your free trial of Business Analyst Online.

Get It Now ▸



Planeación y localización

- Una vez que esclarecimos nuestras dudas respecto de nuestro target ubicamos la ciudad de San Antonio, Texas como nuestro punto de arranque, determinamos entonces realizar un estudio de factibilidad, que nos proporcionará información demográfica necesaria para la instalación del primer local.
- Incluyendo la evaluación del entorno, la determinación de metas y las estrategias para alcanzarlas.

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories

Key Demographics

	San Antonio MSA	United States
Hispanic or Latino	52.5%	14.5%
Median Age	33.5	36.3
Population Age 25+ by Educational Attainment		
High School or less	47.0%	47.9%
Some College	30.0%	27.6%
College Degree or more	23.0%	24.6%
Household Growth 2005 - 2010	8.8%	5.0%
Median Household Income	$45,937	$48,775
Households by Household Income		
Income less than $25,000	25.6%	24.3%
Income $25,000 - $34,999	12.2%	11.3%
Income $35,000 - $49,999	16.8%	15.7%
Income $50,000 - $74,999	19.7%	19.5%
Income $75,000 - $99,999	10.8%	11.8%
Income $100,000 - $149,999	9.8%	11.0%
Income $150,000 or more	5.1%	6.4%
Average Household Size	2.76	2.58
Households by Ethnicity, Hispanic/Latino	45.1%	10.2%
Tenure of Occupied Housing Units		
Owner Occupied	65.2%	66.9%
Renter Occupied	34.8%	33.1%

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories

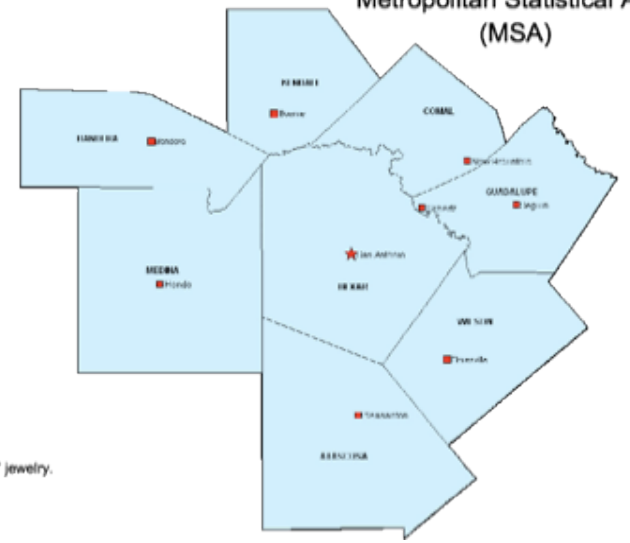
TAMAÑO DEL MERCADO

Experiencia propia

- Consumers in the San Antonio MSA spent **$288 million** on jewelry in the past year.
- By 2011, spending in this area is expected to increase 31% to more than **$377 million**.

Source: Claritas, Inc., 2006
Includes costume jewelry, rings, and infants' jewelry.

San Antonio Metropolitan Statistical Area (MSA)



TeenEx® Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

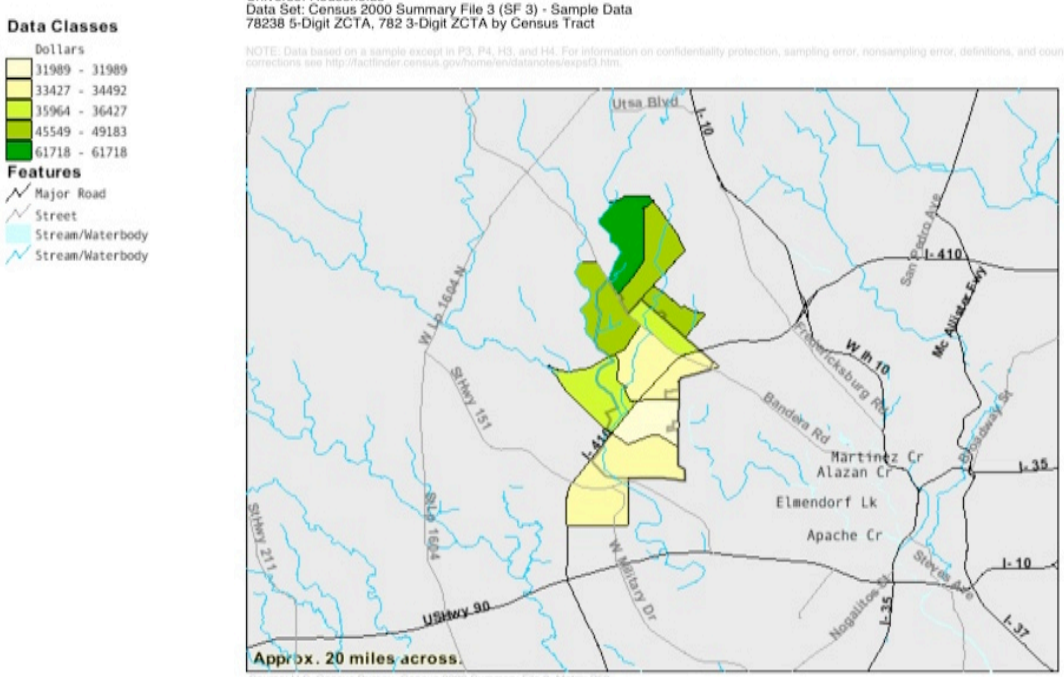
- Entre los factores que ayudan a las empresas mexicanas a crecer en el mercado de San Antonio están la simplificación de los trámites para abrir una empresa, logrando cumplir con ellos en un día.
- Otro factor que influye es el importante número de habitantes hispanos que hay en la ciudad, quienes se han consolidado como un mercado a atender y han logrado influir en la cultura de negocios de San Antonio.
- Cabe mencionar que, San Antonio posee una economía sólida por estar conformada de forma mixta: Industria militar, comercio, bienes raices y fabricación.

INGRESOS PROMEDIO X CASA EN UN RADIO DE 5 MILLAS

INFORMACION UTIL PARA TOMAR EL 1ER. LOCAL EN LA ESQUINA DE HUEBNER Y BANDERA

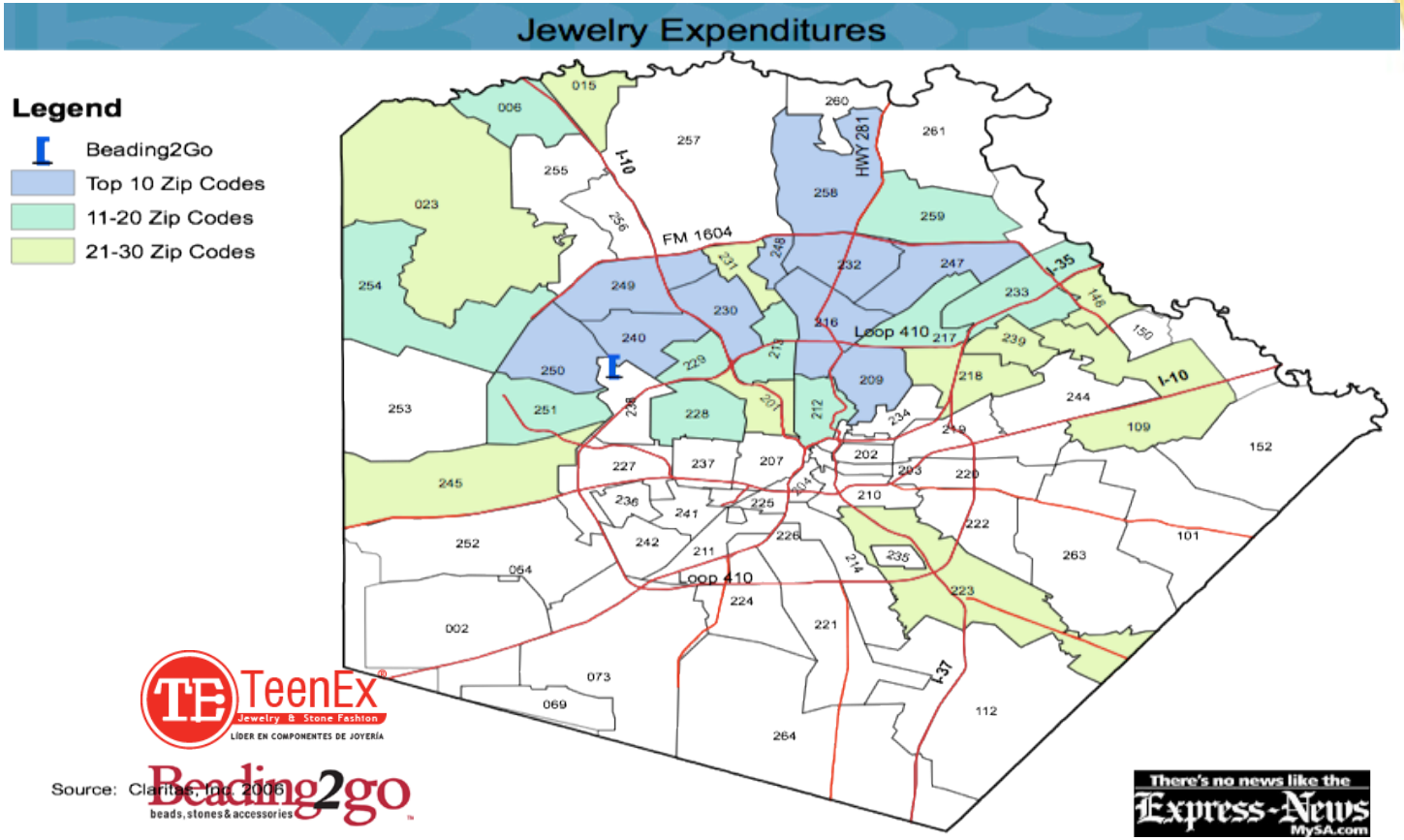
Universe: Households
Data Set: Census 2000 Summary File 3 (SF 3) - Sample Data
78238 5-Digit ZCTA, 782 3-Digit ZCTA by Census Tract

NOTE: Data based on a sample except in P3, P4, H3, and H4. For information on confidentiality protection, sampling error, nonsampling error, definitions, and count corrections see http://factfinder.census.gov/home/en/datanotes/expsf3.htm.



Source: U.S. Census Bureau, Census 2000 Summary File 3, Matrix P53.

ZONAS POSTALES CON ALTO CONSUMO EN JOYERIA



Source: Claritas, Inc. 2006

TeenEx Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

There's no news like the Express-News
MySA.com

Profile of Costume Jewelry Shoppers

2007	Total Adults	%	Shopped any jewelry store for costume jewelry past 12 months	%
San Antonio MSA	1,391,186	100%	244,204	18%
GENDER				
Men	670,624	48%	80,887	33%
Women	720,562	52%	163,317	67%
AGE				
18 - 24	201,332	14%	41,368	17%
25 - 34	265,588	19%	50,551	21%
35 - 44	271,962	20%	47,318	19%
45 - 54	256,617	18%	40,385	17%
55 - 64	183,660	13%	38,816	16%
65 or older	212,027	15%	25,766	11%
EDUCATION				
High school graduate or less	655,336	47%	121,891	50%
Some college (1-3 years)	427,070	31%	70,648	29%
College graduate (4+ years)	308,780	22%	51,665	21%
ETHNICITY				
Hispanic	687,018	49%	129,349	53%
Non-Hispanic	704,168	51%	114,855	47%
HOUSEHOLD INCOME				
Less than $24,999	229,986	17%	35,023	14%
$25,000 - $39,999	344,549	25%	62,942	26%
$40,000 - $49,999	206,396	15%	38,464	16%
$50,000 - $74,999	250,220	18%	43,474	18%
$75,000 - $99,999	180,090	13%	34,396	14%
$100,000 or more	179,945	13%	29,905	12%
DWELLING				
Own	977,694	70%	173,033	71%
Rent	346,266	25%	55,796	23%
CHILDREN IN HOUSEHOLD				
Children 17 or younger	619,604	45%	137,233	56%
MARKET VALUE OF OWNED HOME				
Under $50,000	93,456	10%	22,169	13%
$50,000 - $74,999	154,707	16%	23,262	13%
$75,000 - $99,999	179,542	18%	29,229	17%
$100,000 - $149,999	227,837	23%	46,401	27%
$150,000 - $249,999	207,274	21%	31,116	18%
$250,000 or more	114,878	12%	20,856	12%

There are over 244,000 adults in the San Antonio MSA who have shopped for costume jewelry in the past year.

67% are women

57% are ages 25-54

50% have some college education or more

53% are Hispanic

71% are homeowners

56% have a child 17 or younger in the home

Beading2go
beads, stones & accessories

DIFERENCIAS PARA TOMAR EN CUENTA

Renta México vs USA

- En México son contratos anuales y hay que pagar guantes.
- En USA son contratos por 3 a 5 años mínimo y no se pagan guantes por los locales.
- En la selección de locales es importante considerar locales de 2a. generación (ya previamente utilizado),ya que normalmente la inversión inicial es mucho menor.

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories

- Deberás acudir al “**one stop business**” en la ciudad de San Antonio, para realizar toda la tramitología y permisos para la apertura del negocio que tendrán que tener la calificación de aprobado por parte de los supervisores de cada uno de los puntos que debemos de cubrir.
- Asegúrate antes de rentar un local de conocer las políticas del centro comercial.

COSTOS Y ADAPTACIONES

- En locales de primera generación es muy costoso el arranque de un negocio ya que se requiere una inversión de aproximadamente $60,000 dolares para un local de 1500 sqft (125 mts2) Vs. $30,000 que cuesta uno de 2da. generacion.
- Aire Acondicionado, Instalaciones eléctricas, Iluminación ,Piso, Baño, Estudios especializados de materiales utilizados en el local.
- Instalaciones certificadas por gente con licencia especializada para cada tipo de instalación. (Es muy costoso)
- Mobiliario del Negocio e Imagen del Negocio. ($10,000 dolares)
- MKT del negocio.
- Anuncio luminoso ($3,000 - $5,000 dolares)

TRANSFORMACION DE LA TIENDA

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

TeenEx®
Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

PROYECTO DE IMAGEN

TeenEx®
Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

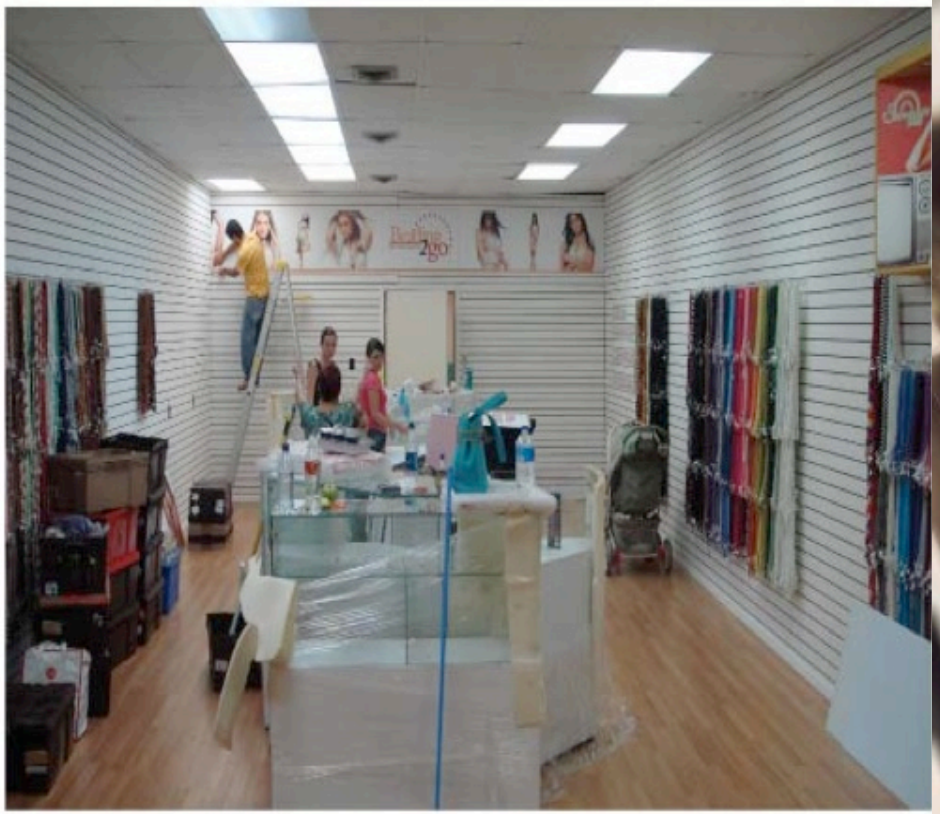
XAT.COM

START YOUR OWN JEWELRY BUSINESS

JOIN US AND LIVE THE EXCITING EXPERIENCE OF BEADED JEWELRY!

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories



Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go™
beads, stones & accessories

TeenEx®
Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

Beading2go
beads, stones & accesories

DESIGN CLUB

IS A GROUP OF DESIGNERS THAT MEET EVERY SATURDAY TO EXCHANGE **IDEAS** AND START NEW AND **CREATIVE PROJECTS.** ASK FOR YOUR DESIGN CLUB **MEMBERSHIP** AND YOU WILL ENJOY ALL THE **BENEFITS.**

www.beading2go.com
Jewelry & Stone Fashion LLC
TOTAL FREE 1 888 23237 24 beads 2g

Beading2go
beads, stones & accessories

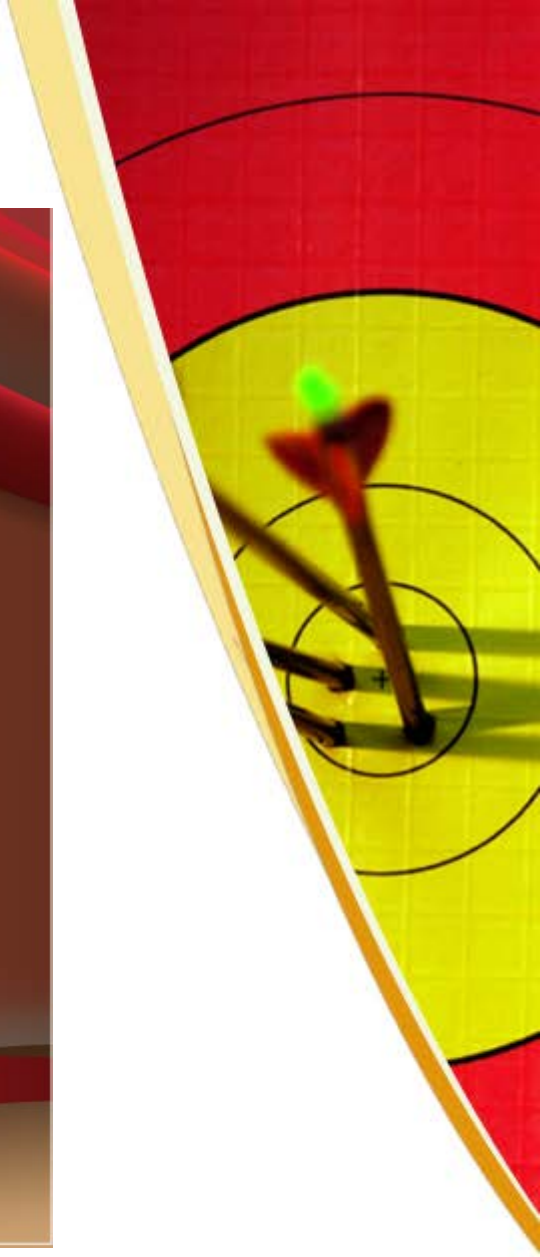
TeenEx®
Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

CAMBIO DE IMAGEN
RESPECTO AL MERCADO META

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

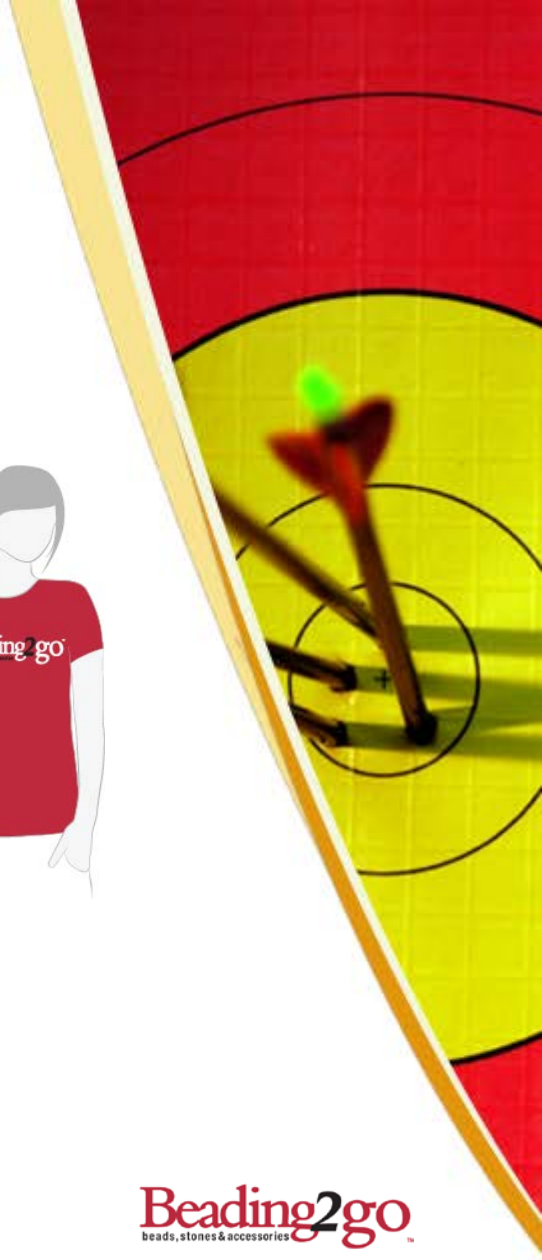
Beading2go
beads, stones & accessories

EL PERSONAL



LA SELECCION DEL PERSONAL

- DONDE CONSEGUIRLO
  - Outsource
  - Craiglist.org
  - Anuncio en tienda
  - Organismo Gubernamental



TeenEx® Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

ACCOUNTING & ADMINISTRATION OCCUPATIONS

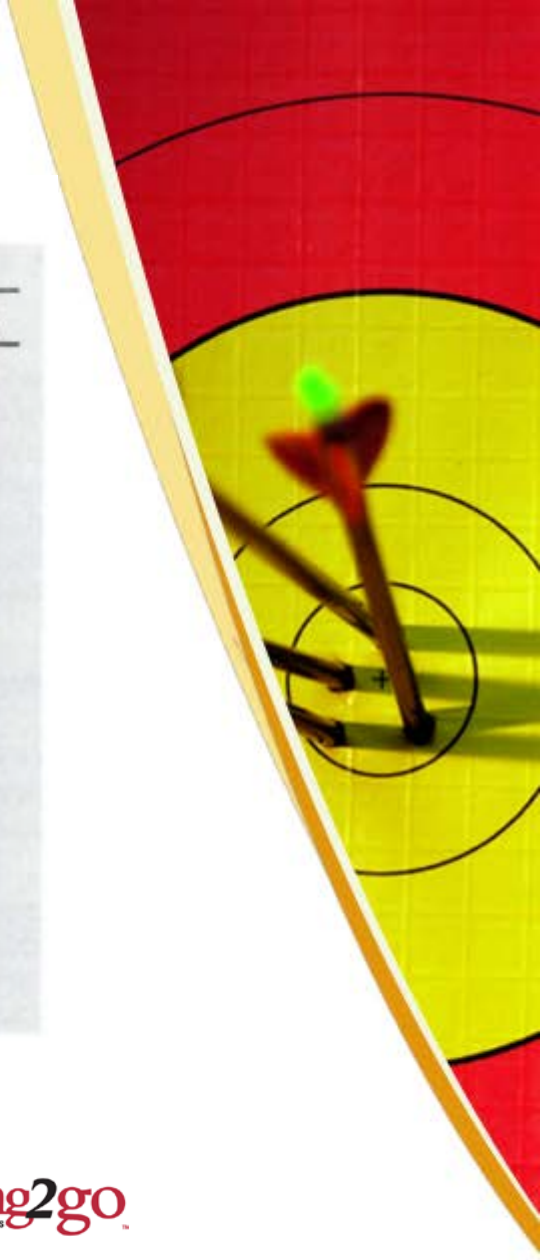
Occupation	MEAN RATE		
	Low ($)	Average ($)	High ($)
Accountant I - Degreed	18.06	19.82	22.26
Accounts Payable Clerk I	12.26	13.14	13.98
Accounts Payable Clerk II	14.00	15.61	17.15
Accounts Receivable Clerk I	10.91	13.06	14.70
Accounts Receivable Clerk II	14.36	15.58	16.35
Administrative Assistant	11.71	15.01	19.12
Cost Accountant	24.65	26.10	27.55
Data Entry Operator	10.88	12.48	15.00
File Clerk	9.76	10.60	12.58
General Office Clerk I	9.73	11.91	14.57
General Office Clerk II	11.22	13.55	16.67
Office Manager	17.55	21.20	25.14
Payroll Clerk	13.72	16.05	18.52
Receptionist	9.66	11.05	12.72
Secretary	11.01	13.32	16.51

TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories

INFORMATION SYSTEMS AND ENGINEERING OCCUPATIONS

Occupation	MEAN RATE		
	Low ($)	Average ($)	High ($)
Business Systems Analyst	25.10	29.13	34.83
Computer Operator I	14.83	15.66	17.07
Computer Operator II	17.34	19.77	21.75
Database Analyst	27.81	30.00	32.02
Electronics Technician I	12.20	13.35	15.87
Engineer - Electrical II	33.65	36.73	39.51
Engineering Technician	15.87	17.99	21.94
Hardware/Software Technician	17.51	19.97	23.78
Help Desk Supervisor	27.13	28.23	29.34
IS Director	49.90	52.18	54.79
IS Manager (More than 200 users)	36.18	39.28	41.80
LAN Manager	35.39	36.53	38.22
LAN Technician	20.98	21.27	21.56
Programmer Applications I	21.50	23.01	24.14
Programmer Systems I	22.36	23.80	25.66
Programmer Systems II	28.46	34.17	39.88
Project Manager I - IT	30.75	33.55	36.71
Quality Assurance Manager (Non-Manufacturing)	36.48	36.57	36.66
Quality Engineer	23.44	27.10	31.86
System Analyst Applications	26.97	31.62	36.67
Telecommunications Manager	33.72	34.19	34.66
Web Content Specialist	16.18	19.40	23.64
Web Developer	25.80	26.34	26.92



TeenEx® Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

CONSIDERACIONES ESPECIALES

- EXISTEN DOS TIPOS DE CONTRATACIONES
  - Sueldo Fijo
  - Pago por horas (Máximo 40 horas a la semana, considerar un presupuesto de horas por punto de venta).
  - Tener un handbook de la empresa con todo el detalle de lo que se permite y la descripción de cada puesto de trabajo.

INDICE DE RESULTADOS RAZONABLE

VENTAS	100%
COSTO PRODUCTO	40%
UTILIDAD BRUTA	60%
Renta y Mantenimiento	10%
Nomina	26%
Publicidad	4%
Luz y telefono	3%
Asesores externos	2%
Total Gastos	45%
Utilidad antes de impuestos	15%

Impuestos y retenciones

- IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS EN SAN ANTONIO TEXAS ES DEL 8.125% O del 8.250% DEPENDIENDO DEL CONDADO EN DONDE SE ENCUENTRE EL NEGOCIO.

- IMPUESTOS POR LOS EMPLEADOS.
- SOCIAL SECURITY DE LA CANTIDAD QUE SE LE RETIENE AL EMPLEADO , EL PATRON DEBE PAGAR OTRO TANTO IGUAL

- MEDICARE DE LA CANTIDAD QUE SE LE RETIENE AL
- EMPLEADO, EL PATRON DEBE PAGAR OTRO TANTO IGUAL.

- FEDERAL WITHOLDING SOLO LA PAGA EL EMPLEADO.

- EMPLOYERS UNEMPLOYMENT TAX Y GENERALMENTE SE PAGA CADA 3 MESES PARA CUBRIR DESEMPLEO.

- EXISTE OTRO IMPUESTO AL ACTIVO QUE SE LLAMA PROPERTY TAX.

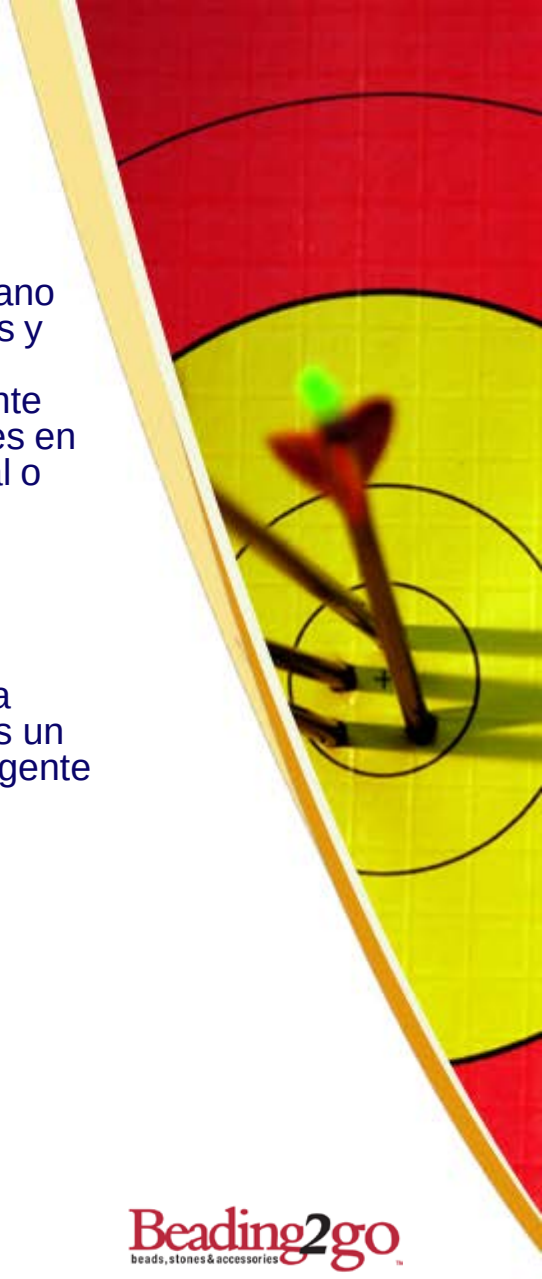
TeenEx® Jewelry & Stone Fashion LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go beads, stones & accessories

Conclusión y proyecciones.

- Determinamos que a diferencia del cliente Mexicano el norteamericano busca siempre tener mas información acerca del producto, garantías y políticas de devolución mas extensas y claras, además de que los motivos de compra son muy distintos mientras que en México la gente compra producto para hacer negocio, la mayoría de nuestros clientes en San Antonio lo hace para diseñar y obtener reconocimiento personal o por hobby.

- Es claro que el desafío de entrar a los Estados Unidos obedeció a la búsqueda de nuevos mercados y oportunidades de negocio, pero es un hecho que al estar trabajando con éxito y de forma competida y exigente es un mercado de excelentes posibilidades.



TeenEx®
Jewelry & Stone Fashion
LÍDER EN COMPONENTES DE JOYERÍA

Beading2go
beads, stones & accessories

El futuro en la red

- La siguiente fase de nuestro proyecto en Estado Unidos fue resultado de conocer los hábitos de consumo y de dirigir nuestros esfuerzos al llamado comercio electrónico.

- Es una tarea que se antoja fácil pero en realidad es el equivalente a tener una tienda funcionando completamente en línea, esperamos con nuestro portal www.beading2go.com,consolidarnos como una marca sólida, ampliar nuestras operaciones en todo el territorio

NUESTRA EMPRESA ES MIEMBRO :

AEM

ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS MEXICANOS

A BRIDGE TO SUCCESS

Quién eres?

Beading2go
beads, stones & accessories

Definiendo tu marca

Personalizando tu empresa

Englobando tu empresa

Define tus aliados y tu equipo

Beading2go
beads, stones & accessories

Manténte en la legalidad

Cómo vas a convencer?

Define nichos de mercado y alianzas

Qué pasós seguir para emprender tu negocio ?

Beading2go
beads, stones & accessories

Créditos, finanzas, préstamos, confianza

Descifrando el negocio: costo, ganancia

Qué pasa cuando no tienes trayectoria en EU?

Consejos para comenzar

Cómo jugar dos juegos diferentes

Beading2go
beads, stones & accessories

Cómo trabajar con dos culturas diferentes

El mayor obstáculo: DINERO, DINERO, DINERO

Cuánto se necesito para comenzar?

Necesidades básicas para el cambio mientras se comienza una nueva etapa en tu negocio

Una Tienda → Dos Tiendas → Tres Tiendas

Beading2go
beads, stones & accessories

Cómo vender?

Promocionando y vendiendo tu producto

Siempre dar el Extra

"Go the extra mile"

Beading2go
beads, stones & accessories

Definiedo aspecto, identidad, hábitos, ingresos y gustos de tu cliente

Estudia a tu cliente a 1 km, 5 km, 10 km

Conviértete en la solución

Contácta al cliente correcto

Comprando bases de datos de clientes

Beading2go
beads, stones & accessories

Estudia “MERCADO META” para definir tu mercado entre EU-México

Comunica los mensajes correctos a tus clientes

Define tus objetivos, guarda tus resultados en publicidad, escoge y combina tus estratégias

Estratégias de marketing

Evalúa tu empresa

Excelentes servicios al cliente

Beading2go
beads, stones & accessories

Estrategia Glocal

Beading2go
beads, stones & accessories