

TIP EMPRESA

LA REVISTA ESPECIALIZADA EN EL EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI

Nº 06 Noviembre 2021

HERRAMIENTAS EMPRESARIALES

OPERACIONES
COMUNICACIÓN
COMERCIAL
FINANZAS
GDH

ENTREVISTA

ZAIDA GALLEGOS

“JUGLAR” UNA APP DE SERVICIOS
PARA TUS EVENTOS

COMUNICACIÓN ASERTIVA

ESTRECHA LOS LAZOS
CON TUS CLIENTES

FIDELIZACIÓN

CONSTRUYE UNA
RELACIÓN A LARGO PLAZO



STARTUP

EMPRENDIMIENTOS
CON ALTO CRECIMIENTO





EDITORIAL

Revisando el modelo de emprendimiento de las “3E” que proponemos, vemos que está preparado de tal manera que el avance en la construcción del negocio se realizará de forma secuencial. Iniciando con la “E” entender, donde el emprendedor parte generando la idea de negocio. Luego, realiza una investigación de mercado, con la información obtenida diseña el plan de negocios y, finalmente, elabora el presupuesto. En el caso de la “E” extraordinario, el emprendedor se concentra en desarrollar diversas herramientas para proponer una estrategia potente. Partiendo de la generación de ideas para el negocio: desarrolla productos, luego realiza el análisis de la competencia y, en función a su posición en el mercado, propone una estrategia para el negocio, la cual se fortalece con el ranking de servicios. Con esta información tiene los insumos necesarios para proponer el posicionamiento que desea alcanzar en la mente del cliente. Finalmente, basado en los elementos anteriores de esta “E” construye la campaña de comunicación y de referidos.

En el caso de la “E” experto, el emprendedor se enfoca en lograr que toda la operación del negocio funcione de manera eficiente construyendo una cultura organizacional poderosa. Este componente parte de la preocupación por formar una cultura basada en el ADN empresarial, luego propone un mecanismo de ejecución de la propuesta de ingresos con el embudo de ventas. Este embudo generará información a una base de datos que será gestionada con un CRM. Al final de este proceso, el emprendedor tendrá todos los objetivos, estrategias, indicadores y actividades en un panel de control de operaciones para realizar un seguimiento permanente.

Estos componentes se relacionan estrechamente con los proveedores para la producción de sus productos y servicios innovadores; se relacionan con la competencia para identificar nuevas propuestas y actuar rápidamente; con el entorno para encontrar oportunidades e identificar amenazas y, finalmente, con los referentes quienes serán los aliados estratégicos en la difusión del negocio y la generación de valor en el mercado.

Si logramos tener el dominio de estas “3E” estaremos muy cerca de tener un negocio exitoso.



CONTENIDOS

10 CONSEJOS DE NEGOCIOS (Parte II)	06
Los retos que deben enfrentar los emprendimientos para identificar la nueva propuesta de valor para el cliente.	
FIDELIZACIÓN DE CLIENTES	10
Descubre como la construcción de una relación a largo plazo permite alcanzar la consolidación de los megocios.	
CONSTRUYENDO EMPRESAS	12
¿Qué es ser una persona emprendedora? Descubre algunos ejemplos.	
COMUNICACIÓN ASERTIVA	14
El arte de perfeccionar nuestro estilo de comunicación.	
PODER SIN LIMITES	16
¿Tienes deseos que aún no has logrado? ¿Promesas que te has hecho innumerables veces? Conoce tres elementos para ser poderoso.	
GESTIÓN DE RESTAURANTES	20
¿Por qué toleramos la falta de calidad?. Esta es una pregunta para los clientes que empiezan a retomar sus hábitos de consumo.	
STARTUP	22
Mientras que una empresa habitual puede tener como objetivo crecer un 10% al año, una startup pretende multiplicar su negocio cinco veces al año.	
EMPRENDER O NO EMPRENDER	24
¿Realmente queremos emprender? ¿Es más grande nuestros sueño, o es mas grande nuestro miedo?	
ECOSISTEMA	26
Apostando por un ecosistema de investigacion, innovacion y emprendimiento en la Region Ica	
ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO	28
La necesidad de alinear calidad, productividad y competitividad	
ZAIDA GALLEGOS - “JUGLAR”	32
Una un app para brindar soluciones a aquellas personas que quieren organizar alguna actividad.	

[Ir a ediciones anteriores](#)



10 CONSEJOS DE NEGOCIOS

PARA EMPRENDEDORES ACTUALES (Parte 2)

Raúl Salgado Mayaute
Consultor empresarial.



Luego de presentar los cinco primeros consejos para emprendedores, observamos la importancia de construir un negocio sólido y sostenible. La mirada estratégica, la investigación de mercados, la innovación y el mix de servicios nos permite compararnos con nuestros competidores para encontrar nuestras ventajas competitivas. A continuación les brindamos cinco consejos adicionales:

6- RAPIDEZ DE RESPUESTA

Cuando realizamos un diagnóstico a nuestros clientes, encontramos información valiosa: por un lado, vemos las cosas positivas del negocio y por otro aquellas que necesitan mejorarse.

Dentro del listado de percepción de valor del cliente es común encontrar la calidad de producto y servicio como aquellos elementos más valorados. Sin embargo, existen otros elementos que podrían tener mayor peso en la decisión de compra.

Es imprescindible que el empresario esté muy atento a todo lo que gira alrededor de esta experiencia, porque en cualquier momento los gustos y preferencias de sus clientes pueden cambiar y evaluar otras alternativas.

Para un negocio con una receta de producto y servicio ideal que actualmente satisface plenamente a sus clientes, pronto entenderá que como parte de su propio crecimiento no tendrá la rapidez en la entrega de sus productos, ocasionando malestar en los clientes.

Es probable que en este mismo escenario no pueda resolver los problemas de los clientes, porque se encuentra enfocado en la operación del negocio.

El empresario de éxito, alista a su organización no sólo para presentar una oferta de producto y servicio ideal, la prepara para tener una capacidad de respuesta rápida, entiende que el mercado cambia permanentemente y debe identificar el momento para poder adaptarse a estos nuevos satisfactores.

Debe además estar organizado para responder los ataques de la competencia muy rápido, de esta manera nuestros clientes evaluarán brevemente otra alternativa. El empresario de éxito entiende, que muchas veces debe sacrificar perfección por rapidez, porque en toda batalla comercial quien llega primero a la mente del consumidor gana.

7.- MARKETING DE REFERENCIA

La mayoría de emprendedores piensa que la mejor forma de vender es desarrollando campañas de publicidad, invierten mucho tiempo y dinero buscando encontrar el mejor mix de medios que permite llegar de manera eficiente a los clientes. En algunas ocasiones descuidan el enfoque que deben colocar en el equipo de ventas, en aquellas personas que reciben a los clientes, recogen sus inquietudes y les brindan soluciones a sus problemas.

El empresario de éxito, no sólo presenta una oferta de producto y servicio ideal, prepara a su organización para tener una respuesta rápida.

El enfoque estratégico debe ser integrado, dirigiendo un conjunto de acciones específicas para cada herramienta de comunicación. En el caso de la publicidad para atraer potenciales clientes a la empresa y en el caso del equipo comercial llevar el negocio a los clientes potenciales y acompañarlos de un conjunto de beneficios que sirvan como alternativas en caso exista alguna objeción. De esta manera se cerrarán la mayor cantidad de ventas.

Qué pasaría si les contáramos que existe una estrategia adicional mucho más poderosa que las mencionadas, donde el empresario inclusive puede lograr grandes cosas sin invertir recursos financieros. La mayoría diría ¡Es imposible! Están intentando decir que van a vender... sin vender.

La respuesta existe y tiene un nombre que tal vez conozcamos: Marketing de referidos o boca a boca. No existe mejor vendedor que nuestros propios clientes. Si la empresa se preocupa por desarrollar una estrategia que supere las expectativas del cliente y además motive la difusión entre su círculo de referencia habrá logrado alcanzar la receta del éxito.

8.- ENFOQUE

Uno de los principales errores en los emprendimientos se presenta cuando creen que deben estar mirando todas las actividades del negocio. Sienten que nadie puede hacerlo mejor que ellos y hacen suyo el refrán: “El ojo del amo engorda el ganado”.

Si bien es cierto, al iniciar el negocio las actividades son reducidas y es prioritario transmitirle esa pasión que el emprendedor posee, cuando éste empieza a crecer el empresario debe tomar una importante decisión, elegir a personas adecuadas para encargarse de las diferentes áreas de la empresa. De no hacerlo, el negocio absorberá todas sus energías en tratar de gestionar de manera eficiente el negocio y perderán el enfoque en aquello que realmente es importante: El crecimiento y la consolidación a largo plazo.

El empresario exitoso, se rodea de las personas adecuadas y las empodera para realizar las acciones propias de cada área, mientras que él se enfoca en las actividades estratégicas, busca recursos para apostar por nuevos emprendimientos, se preocupa por estrechar lazos con los clientes, está buscando nuevas oportunidades para crecer en ventas, tiene una mirada constante en la estrategia de los competidores, supervisa el rumbo que toma la organización y los dirige en base a información correcta y oportuna, entre otras actividades de valor para el negocio. En fin, el trabajo sigue siendo arduo, pero enfocado en un bien mayor ¡LA CONSOLIDACIÓN DEL NEGOCIO A LARGO PLAZO!

El empresario exitoso, se rodea de las personas adecuadas y las empodera para realizar las acciones propias de cada área.

9.- FIDELIZACIÓN

Uno de los retos más grandes para todo empresario es lograr que sus clientes retornen habitualmente, pasando de ser clientes temporales a clientes comprometidos con la propuesta que se ofrece. En otras palabras, fidelizarlos con la empresa.

Las estrategias para alcanzar este objetivo son muchas. Sin embargo, la gran mayoría son planteadas sin recoger ninguna información seria del comportamiento de sus clientes. Es decir, desde la posición del empresario. Es más, la gran mayoría de veces se ejecutan sin ser validadas por sus consumidores. Este actuar puede ocasionar un problema en vez de un beneficio.

El empresario de éxito entiende que la única forma

de superar las expectativas del cliente es predecir su comportamiento. Para lograrlo debe contar con suficiente información que le permita proyectar modelos de comportamiento.

Debe tener muy claro sus gustos y preferencias, así como su comportamiento habitual. Por este motivo, debe preparar a su organización para recoger la información necesaria que le permita alcanzar este objetivo. La herramienta ideal para este trabajo es el CRM

Pongamos el caso de una empresa retail que utiliza como estrategia de fidelización la creación de una tarjeta de beneficio. Esta tarjeta es distribuida entre todos sus clientes, quienes al realizar sus compras deben presentarla. Al momento de realizar la transacción la tarjeta envía a una base de datos las compras realizadas por este cliente específico.

Con la repetición en las compras se agregará una frecuencia de consumo y se obtendrá la información sobre el volumen de compras y las compras de artículos preferidos. De esta manera, la empresa puede identificar las fechas promedio en que el cliente se acercará al negocio. En caso el cliente no llegue, este sistema puede alertarlo y comunicarse con él para ofrecerle alguna promoción en aquellos productos de mayor consumo, con la finalidad de sorprenderlo, acercarlo a la compañía y superar sus expectativas

5.- ADN EMPRESARIAL

Uno de los retos más grandes para toda organización es lograr la eficiencia operativa, todos lo intentan, sin embargo, sólo algunas empresas logran acercarse. Algunos empresarios dirigen su estrategia organizacional hacia la propuesta de comunicación interna y externa, sin lograr interiorizar el mensaje en el equipo de la empresa. Otros, invierten altos presupuestos en capacitación del equipo, o intenta introducir la tecnología como base operativa. Un grupo más pequeño integra todas las acciones mencionadas anteriormente. A pesar del esfuerzo, notan que la organización puede ser mejor.

Los empresarios de éxito, entienden que la base de desarrollo de su negocio inicia desde el momento de la creación de la empresa, es en este momento, donde deben plantearse los valores de la organización y una cultura basada en un ADN empresarial que deben construir. Si lo logran, la organización tendrá muy claro las características de aquellas personas que pasarán a formar parte del equipo. El proceso de selección tendrá claro el perfil y considerará tanto las competencias como las características personales para construir una cultura organizacional fuerte.

Con esta estrategia habrá resuelto la mitad del problema, la otra mitad debe trabajarse con una estrategia que integra las funciones de cada equipo con el ADN que la empresa necesita. De esta manera la propuesta de objetivos contiene además de los resultados operativos, un estilo de trabajo que utiliza este ADN empresarial para alcanzar las metas. Esta mixtura entre operación y estilo de trabajo va trasladándose a cada área, dejando muy claro el camino que se debe seguir.

Si la empresa logra reclutar un equipo con un adecuado perfil, y además desarrolla un plan que propone una operación con este estilo empresarial, tendrá una organización enfocada que alcanzará la eficiencia operativa respirando la esencia organizacional. Esta esencia será trasladada a todos nuestros clientes quienes la reconocerán rápidamente y la adoptarán como parte de su estilo de vida.



FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

CONSTRUYE UNA RELACIÓN A LARGO PLAZO

Carolina García

Gerente Zegel IPAE - Campus San Juan de Lurigancho

En estos últimos años la relación con los clientes ha cambiado considerablemente. La tecnología, la competencia, las nuevas exigencias y gustos de los clientes obligan a las empresas a adaptarse y, en muchos casos, a reinventarse para lograr atraer y fidelizar a sus clientes.

Actualmente, lograr la fidelización y retención de clientes es uno de los principales objetivos de una empresa, ya que aseguran la rentabilidad de la misma. Ahora bien, ¿Qué significa exactamente fidelizar al cliente?

Fidelizar al cliente, es desarrollar una relación positiva entre un cliente y la marca. Un cliente fiel y leal continuará comprando tus productos o servicios cuando los necesite y los recomendará a familiares y conocidos.

En este artículo, te presentaremos las principales ventajas que tendrás al fidelizar a tus clientes.

- Retener un cliente actual será más económico que la captación de un cliente nuevo. Tengamos en cuenta, que lanzar una campaña de marketing tiene un costo alto y muchas veces no nos asegura que logremos conseguir el retorno de lo que hemos invertido.
- Mantener a los clientes fieles facilita el venderles productos nuevos, inclusive son menos sensibles al precio, podrías lograr que adquiriera siempre lo que ofreces sin importar que el precio varíe.
- El cliente fidelizado no acude a la competencia, lo que permitirá que logremos debilitarla. Si nos compran a nosotros, ¿para qué tendría que acudir a la competencia?
- El cliente satisfecho hablará de tu marca, recomendará tus productos o servicios con sus familiares y conocidos.
- Un cliente que conoce tu empresa puede otorgar comentarios y sugerencias de mejora. Del mismo modo, puede brindar nuevas ideas para nuevos productos o servicios que cubran sus nuevas necesidades.

¡Excelente! Pero, te estarás preguntando ¿cómo logro fidelizar a mis clientes? Primero que nada, hay que tener en cuenta que fidelizar a un cliente no siempre es fácil, requiere de mucha constancia.

¡A continuación, veremos las principales técnicas que

te serán útiles para lograrlo!

1. Comunícate y escucha a tus clientes

¿Cómo vamos a fidelizar a un cliente si no sabemos qué piensa de nosotros?

La comunicación es fundamental, te permitirá situarte en la mente del cliente y conocerlo mejor. Cuanto más conozcas a tus clientes, más cerca estarás de cubrir y satisfacer sus necesidades. Como decía Sócrates: “Háblame para que te conozca”.

2. Invierte en un CRM (Custom Relationship Management)

Probablemente, te estarás preguntando, ¿Por qué necesita mi empresa un CRM? Como les comenté al inicio de este artículo, el mercado ha cambiado notoriamente y existen diversos canales para que los clientes puedan adquirir información sobre nuestros productos y servicios. Esta herramienta permitirá que obtengas los datos que tus clientes proporcionen de una manera rápida y sencilla. Toda empresa o negocio que tenga un área comercial puede implementarla, solo debes elegir la que más se ajuste a las necesidades de tu empresa.

Un cliente fiel y leal continuará comprando tus productos o servicios cuando los necesite y los recomendará a familiares y conocidos.

3. Desarrolla un programa de fidelización exitoso

A través de los programas de fidelización se premia el comportamiento de compra de los clientes, con el propósito de originar en ellos un sentido de lealtad y fidelidad hacia la empresa. Ten en cuenta, no todos los hábitos de consumo son similares, y no todos los programas de fidelización son iguales. Por eso, es importante que conozcas diferentes programas de fidelización e implementes el que más se ajuste a tu



necesidad. ¡Los programas de fidelización de clientes se pueden aprovechar tanto en negocios que venden productos como en los que venden servicios!

4. Ofrece un excelente servicio de Posventa

El servicio posventa abarca todas las acciones de atención al cliente que se efectúan una vez realizada la venta. La clave está en conservar una excelente relación con el cliente para poder fidelizarlo.

La calidad de tu servicio es fundamental, es una de las formas de diferenciarte de la competencia. ¡No la descuides! Asegúrate de establecer un proceso enfocado en tu negocio y de elegir al personal idóneo para encargarse del área.

5. Trabaja en la experiencia del cliente

La experiencia del cliente, son todas las emociones que experimenta el cliente antes, durante y después de la compra. Es decir, define qué tan duradero será el ciclo de vida del cliente en una empresa.

Actualmente el consumidor no compra productos o servicios, compra experiencias.

Como dice Philip Kotler: “Ya no basta con satisfacer a un cliente, ahora hay que dejarlos encantados”.

6. Comunica resultados frecuentemente

Si a menudo le muestras a tus clientes las ventajas y beneficios que obtiene por seguir contigo es poco probable que quiera prescindir de tus servicios o productos. Cuando un consumidor ve frecuentemente resultados positivos, se sentirá más seguro de su inversión.

En conclusión: ¡Nunca abandones a tus clientes, es fundamental que estreches el vínculo con él!



CONSTRUYENDO EMPRESAS

¿QUÉ ES SER UNA PERSONA EMPREDENDORA?

Alfredo La Rosa

Especialista en Procesos de Mejora Continua

Emprendimiento, emprendedor (a), palabras y conceptos muy de moda. Los vemos, escuchamos leemos en las noticias, en las redes sociales, generalmente asociados a personas que tuvieron una gran idea, distinta, innovadora, y que decidieron implementarla, asumiendo los riesgos inherentes, arriesgando sus propios recursos económicos. Sin haber determinado el nivel del éxito, si está en pañales o si está encaminado a triunfar, ya es calificado como “emprendedor”.

Y digo generalmente porque de manera discreta, o relevante, dentro de las organizaciones, empresas o instituciones, existen personas que retan constantemente el statu quo operativo y hacen de la búsqueda constante de ideas de mejora, una filosofía de vida, un conjunto de procesos que también podemos denominar de emprendimiento; corporativos sí, pero innovadores al fin. Por la sencilla razón de que identifican oportunidades, organizan ideas y recursos y las ponen en práctica. Esto convierte definitivamente a estas personas en emprendedoras. Parto de la base de no etiquetar, sino de aplicar y replicar conceptos.

Ubiquémonos en un contexto que vemos con frecuencia en el mundo organizacional. Soy un trabajador en una empresa transnacional, con normas, políticas y procedimiento definidos, con departamentos y personas que auditan estos procedimientos y con departamentos y personas que retan estos procedimientos. Solemos llamar a estos últimos área de optimización de procesos o de mejora continua. Soy precisamente un colaborador de esta área y dentro de mis tareas está reunirme con equipos multifuncionales de diferentes áreas de la organización para ver, en pocas palabras, cómo mejoramos los procesos, orientándonos hacia la productividad y la rentabilidad. Identifico una oportunidad de mejora y me doy cuenta que no solo es una idea innovadora para la empresa, que hará “sonar la caja registradora”, sino que, si tuviera un grado de ambición elevado, pudiera llevar la idea a un contexto personal, que me puede aportar una mejorar económica, volverme independiente y porqué no en algún momento competir con la empresa o institución. Decido ir con todo, arriesgarme; a por esa idea. O simplemente quedarme en la empresa y seguir identificando

mejoras y aportándole, altos beneficios no solo para la organización sino para sus colaboradores, incluido yo. Veamos ahora otra situación también común. Soy un estudiante calificado, en proceso de culminar mi carrera. Mi tesis de grado la llevo a cabo sobre un proyecto de envergadura, que podría resultar bastante lucrativo si decido hacerle frente como propio. Doy el paso adelante, invierto mis ahorros y además pido un préstamo bancario. Busco asesoría técnica básica más no profundizo porque se trata de correr antes de que a alguien se le ocurra la misma idea. Una Startup. Dejémoslo hasta aquí. Es bastante probable que, si en efecto se trata de una idea revolucionaria, los resultados sean altamente productivos y rentables. Un alto beneficio económico individual. Soy un emprendedor, por supuesto; pero el factor disfrute de la familia y del tiempo libre es secundario.

Por último, y no quiere decir que no existan más ejemplos de aplicaciones del concepto de emprendimiento; soy un trabajador que por más de 30 años he laborado en una empresa transnacional, pero esta, por problemas político económicos, decide retirarse del país y liquidar a todo su personal con una liquidación llamémosla bastante “jugosa”. Mi zona de confort fue amplia y nunca miré más allá del horizonte buscando mejores opciones, pero ha llegado el momento de decidir qué hacer. Mantener el dinero en una cuenta de ahorro que día a día pierde valor por la inflación galopante. O Invertir el dinero. Decido ir con todo e invertir en una pequeña tienda de abarrotes, y vivir de lo poco o mucho que me pueda generar la venta de estos productos. Este es el beneficio, mantenerme en una zona de confort. Pero soy un emprendedor, tengo mi propia.

¿Estas 3 situaciones pueden calificar dentro del concepto de emprendimiento?, yo creo que sí. Mi idea, sea corporativa, post universitaria, o por necesidad, es una idea que me va a permitir un beneficio directo por esfuerzo propio, teniendo que organizarme para sacarla adelante, invirtiendo recurso.

La diferencia entre el ejemplo de emprendimiento 1, 2 y 3 es que en el 1ro tenemos una estructura robusta de apoyo que puede permitirte el lujo de fallar, corregir y redireccionar. En el 2do y 3ro no puedes darte el lujo de fallar.

COMUNICACIÓN ASERTIVA

ESTRECHA LOS LAZOS CON TUS CLIENTES

Sara Yamasaki

Jefe Comercial de la Universidad Continental

Formula: CA = LV + LNV

Comunicación Efectiva = Lenguaje verbal (Palabras)+ lenguaje no verbal (Gestos y el sonido de Voz) o (lenguaje Vocal)

El éxito de tu comunicación está en perfeccionar ambos componentes, sin embargo, que un lenguaje no verbal tiene un mayor impacto en un proceso de comunicación con tu cliente

SI deseas lograr una comunicación asertiva deberás tener un excelente lenguaje verbal asertivo y un lenguaje no verbal asertivo

Entonces ¿Qué es la Comunicación Asertiva?

¡¡Es una comunicación de gran impacto!! con los clientes y todo su entorno, una definición interesante de Comunicación Asertiva es ser firmemente amable sin ser agresivo y sin ser pasivo, ojo no mal interpretar el termino firme como si fuese duro en tu comunicación ya que con la última palabra podrías perder a tu cliente

Cómo es una comunicación... pasiva, temerosa, resignada, triste, negativa, dudosa, con perfil bajo, evita mostrar sentimientos, y afrontar circunstancias y prefiere omitir para evitar explicaciones adicionales
Cómo es una comunicación... agresiva, rígida, tiende a culpabilizar, exagerar, minimizar, criticar de manera no constructiva, busca no reconocer errores y tiende a adjetivar negativamente al resto

Entonces como ser asertivo,

- Hacer que las cosas sucedan sin ser agresivo ni pasivo;
- Saber dar y pedir ayuda sin ser agresivo ni pasivo, ser asertivo
- También incluye saber decir NO con un estilo de apego emocional sin ser agresivo ni pasivo

Veamos ejemplos de como ser Asertivo

Hacer que las cosas sucedan sin ser agresivo ni pasivo;

A. Mire el precio va a subir, si no se da cuenta, es su decisión!

B. De verdad créame las cosas están terribles. Por favor compre antes cambie

Saber dar y pedir ayuda sin ser agresivo ni pasivo, ser asertivo

A. Mire tómelo o déjelo es su derecho

B. ¿Cree que me pueda aceptar?... De verdad, lo necesito para mi cuota de ventas

También incluye saber decir NO con un estilo de apego emocional sin ser agresivo ni pasivo

A. Sr Pérez, Ud ya sabe por favor! ...no podemos atenderlo de esa forma

B. Sr Pérez, le ruego que me entienda... ¡mi jefe me llamaría la atención!

Ahora te toca a ti, buscar como expresarte, buscando el equilibrio sin ser agresivo ni pasivo

una definición interesante de Comunicación Asertiva es ser firmemente amable sin ser agresivo y sin ser pasivo.

Súmame a tu LV asertivo + el respectivo LNV Asertivo

No vale fruncir el ceño, apretar los puños, dedos, labios o mandíbula, señalar con el dedo, desaprobando con los ojos mirando hacia arriba o a otro lado o agarrarte la frente o las cejas como intentando controlarte,

Personaliza tus comentarios, dependiendo de la cercanía y personalidad de tu cliente, llámalo por su nombre Sr Juan Pérez, Sr Pérez, Juan, evita decir solo Sr, Don, Sr, Srta., donde en realidad no se está personalizando el contacto

Finalmente, autoevalúate constantemente para medir tu evolución, porque la comunicación asertiva es proceso extenso y prolongado en la vida

Finalizamos con una frase:

¡Es todo un arte perfeccionar nuestro estilo de "Comunicación Asertiva"... siendo empático... teniendo mucho tino... Basado en una escucha activa previa... y con una actitud proactiva de "creer y querer" mejorar tu comunicación!

Recuerda, ¡el Camino empieza Hoy!



PODER SIN LIMITES

TRES ELEMENTOS PARA SER PODEROSO

Alejandro Castro Mendivil

Educador y coach ejecutivo

¿Tienes deseos que aún no has logrado? ¿Promesas que te has hecho innumerables veces pero siempre pareces fallar al cumplirlas? ¿Sin duda! Todos las tenemos. Muchas personas caminan por la vida sintiendo que no hay nada que puedan hacer para alcanzar la plenitud. En el peor de los casos, esos sentimientos pueden conducir a la depresión y al abandono de los deseos más profundos de una persona. Pero, ¿qué pasaría si hubiera una manera de realizarse, de lograr las cosas que siempre soñaste?

La mente humana es algo extraordinario, satisfacerla es simplemente una cuestión de liberar tu potencial latente.

En *Unlimited Power* o *Poder Sin Limites*, Tony Robbins detalla tres cosas que puedes hacer para darte cuenta que las respuestas ya las tienes dentro de ti. Aquí te las resumo:

1. No existe el fracaso, ya que cada paso que das te ofrece la oportunidad de aprender y crecer.

Si alguna vez has sufrido depresión, probablemente sepas que uno de los factores desencadenantes más poderosos es el fracaso. Quizás reprobaste una prueba o hiciste una mala inversión comercial y de repente comienza el círculo vicioso de oscuridad interior. Como siempre he dicho, la perspectiva lo es todo, y te reto a pensar que no existe tal cosa como fallar.

Si tu definición de fracaso implica no obtener los resultados iniciales que esperabas entonces podrías llamar “fracasados” a las personas más exitosas del mundo. La diferencia entre las personas exitosas y los demás es que las personas exitosas ven el “fracaso” como una oportunidad para crecer y aprender.

Considera este escenario: Te vas de casa para comenzar tu propio negocio cuando eres solo un adolescente, pero se arruina cuando tienes 21 años. Poco después, pierdes a tu pareja por una enfermedad; luego, en sus 30 y 40, intentas comenzar una carrera en la política pero terminas perdiendo una elección tras otra. Podrías llamar a esta trayectoria de vida una

serie de fracasos y, desesperado, darte por vencido por completo. O podrías hacer lo que hizo Abraham Lincoln. Esta narración fue su vida, y en lugar de tirar la toalla, aprendió de sus experiencias. Luego pasó a convertirse en uno de los presidentes más famosos de la historia de Estados Unidos.

Thomas Edison tampoco creía en el fracaso. Nunca se rindió en su búsqueda para crear la bombilla, incluso después de 9,999 intentos fallidos. Edison no consideró sus intentos anteriores como un fracaso. En cambio, cada uno fue un descubrimiento que reveló una nueva forma de no crear una bombilla. A lo largo de la historia, las personas exitosas han aprendido de los errores y no han tenido miedo de volver a intentarlo.

2 - Puedes controlar tu cerebro y cambiar la forma en que procesas tus emociones para superar la depresión. Antes de cortarlas y pulirlas, las piedras preciosas parecen rocas normales. Las situaciones difíciles en la vida son similares a una gema sin tallar; depende de ti y de tu cerebro pulirlas y darles facetas brillantes. En otras palabras, no puedes evitar que sucedan situaciones difíciles, pero si puedes elegir cómo tu mente las procesa y retiene. ¡Puedes controlar conscientemente tu percepción del mundo!

Cambiar esa voz interior puede marcar la diferencia. Primero, escucha lo que te dice esa voz. A continuación, en lugar de dejar que te diga lo que NO puedes hacer, intenta que te diga lo que SI puedes hacer. Si esto no funciona, prueba con cambiar el tono de tu voz interior. Haz que esa voz sea atractiva, inclusive algo sexy. Este truco puede despojar a tu voz interior del poder de causar miedo y ansiedad, haciendo que sea más fácil hacer las cosas que te asustan. Este control también se puede utilizar para vencer la depresión. Recuerda que eres bueno, hermoso y no un fracaso, y toma el control de tu voz interior.

3 - El poder de la convicción llega cuando alinea tu cuerpo y mente con un plan de acción seguro. Imagínate estar en el frente de una feroz batalla militar y que tu oficial al mando reúna a las tropas para diseñar un nuevo plan de ataque. Ahora imagínate que el

general detallaba este plan mientras miraba al suelo, murmurando con una voz apenas audible, moviendo los pies y gesticulando débilmente. No inspira mucha confianza, ¿verdad?

Lo mismo es válido para tu propia vida. La confianza y el poder personal llegan a quienes están convencidos de que su plan es bueno.

En lugar de pasar tu vida preocupándote por cuál es la elección correcta, toma una decisión de una vez y síguela con total confianza.

Si tu plan está lleno de “tal vez esto” y “tal vez lo otro”, tu cuerpo reflejará esa inseguridad. Tu postura se desplomará y tu mirada se desenfocará. Estarás confundido porque tu cerebro alternará entre querer hacer algo y no querer hacerlo.

Así que desarrolla tu poder de convicción alineando tus pensamientos y tu cuerpo con una sensación inequívoca de confianza.

Cuando formulas un plan, declara en voz fuerte y contundente: “Voy a hacer esto”. Gritalo a los cuatro vientos. Tu cuerpo reflejará esa determinación enfocada. Caminarás con la cabeza en alto, tus ojos estarán enfocados y afilados y todos creerán y

confiarán en ti, incluyéndote tu mismo.

Puedes ayudar a desarrollar tu propio poder de convicción si sigues el modelaje de líderes carismáticos. El carisma es evidente en aquellos que están seguros y confiados, y se puede ver en la forma en que hablan y llevan sus cuerpos.

Puedes practicar la técnica de modelado con un amigo. Pídele a tu amigo o amiga que recuerde un evento pasado intenso y presta mucha atención a cómo cambian sus gestos al recordarlo. Luego comienza a reflejar todo: su postura, su expresión, los movimientos de sus ojos y el ritmo de su respiración. Una vez que domines el proceso, puedes comenzar a observar actores y líderes empresariales o políticos y comenzar a hacer tuyo su lenguaje corporal.

En resumen, recuerda lo siguiente: Tú no eres una víctima. Lo que sucede en tu vida es el resultado directo de tu propia actitud y de cómo te tratas a ti mismo y a tu cuerpo. Si quieres cambiar tu vida, empieza con cambiar tu actitud. Al hacer modificaciones simples en la forma en que respondes a las situaciones y tus emociones, encontrarás que puedes lograr cualquier cosa que desees.



Vive y disfruta de
MOMENTOS
CHOZEROS

La Choza Náutica



- **COMIDA MARINA Y CRIOLLA**
- **COCTELES**
- **MUSICA EN VIVO**
- **RESERVAS COORPORATIVAS**

¡DELIVERY LUNES A DOMINGO!

Conde de Nieva

☎ **912133607**

Puente Blanco

☎ **919456040**



VISITA NUESTRO LOCAL

- CONDE DE NIEVA #558
- PUENTE BLANCO B-5


DESCUBRE MÁS
ACERCA DE NOSOTROS

#MOMENTOSCHOZEROS





www.salgadoysociados.com

 51 - 934 951 455

El modelo de gestión que proponemos permite dirigir a la organización hacia objetivos a largo plazo. Construyendo herramientas que permitan asegurar este reto.

Parte del diagnóstico empresarial, recogiendo información de valor que permitirá desarrollar productos basados en la innovación, acompañado por la identificación de los servicios de mayor valor para los clientes y una mirada permanente en la competencia.

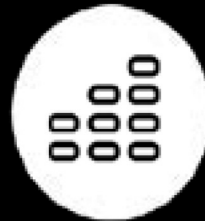
Construye su estrategia sobre estas bases y asegura una ejecución impecable, con enfoque en las ventas y fidelización del cliente. Esta ejecución se asegura con una cultura poderosa.



Asesoramiento
empresarial



Investigación
de mercado



Elaboración de
instrumentos

NUESTROS SERVICIOS

GESTIÓN DE RESTAURANTES

¿POR QUÉ TOLERAMOS LA FALTA DE CALIDAD?

MBA. Martín Cuellar Fernández

Abogado de ByC y Asesor Empresarial MYPE

Es una pregunta directa para los clientes que empiezan a retomar sus hábitos de consumo de alimentos fuera de casa.

Como cliente de varios restaurantes he podido comprobar que no hay una coherencia entre lo que publicitan y el servicio que brindan en sus locales. Esto me pasó en un restaurante de carretera que, por fuera, todo era bonito, pero por dentro uno no se sentía importante a pesar de ir con toda la familia.

Esta situación se agrava cuando nosotros los consumidores queremos hacer uso, por ejemplo, de los juegos de mesa para dos, con la finalidad de que nuestros niños se entretengan mientras llega el pedido, pero recibimos de parte del personal del restaurante la famosa respuesta: “Está prohibido” pero sin ningún tipo de razonamiento lógico que la sostenga al caso concreto. ¿Por qué no pensamos un poco antes de restringir el uso de algo que es parte del servicio presencial que tienen los restaurantes?

He podido observar también como restaurantes “turísticos” toleran la presencia de gatos libres que se acercan a comer con los clientes. No hay un protocolo de bienvenida al cliente, no hay una actitud de servicio al cliente, no existe en la práctica el espíritu del “valor agregado”, haciéndose notoria la incoherencia entre la buena infraestructura del restaurante en algunos casos y la mala deficiente atención al cliente.

El sector de restaurantes forma parte de la actividad del turismo y sigue su curso. Somos testigos del crecimiento de muchos restaurantes, pero no de la mejora proporcional de la calidad del servicio a sus clientes, quienes ven con asombro la misma cantidad de mozos, el mismo espacio reducido para cuadrar su vehículo, y las mismas ausencias de estrategias de atención al cliente familiar que lo conforman diferentes generaciones de personas (niños, adolescentes, jóvenes, adultos mayores y en algunos casos personas con habilidades especiales).

Todo esto es posible porque he observado que algunos restaurantes no son administrados o el administrador no cumple a cabalidad sus funciones y delega su responsabilidad a los vendedores del establecimiento, que pueden estar preparados o no para asumir

funciones vinculadas a la atención al público.

Es curioso, pero parece que la atención al público en restaurantes no es una fortaleza de nuestros restaurantes sino una debilidad que en vez de ser castigada con el no retorno de los clientes o sus críticas

En muchos restaurantes no hay una coherencia entre lo que publicitan y el servicio que brindan en sus locales.

a los demás, siguen subsistiendo y creciendo gracias a la cultura de la informalidad y tolerancia a la falta de calidad en el mercado. Esto nos puede llevar rápido a un posible diagnóstico de baja autoestima que abre otra dimensión al tema.

¿Cómo mejorar esta realidad?, difundiendo nuestras experiencias con los restaurantes en las redes sociales para premiar y/o criticar constructivamente los productos y servicios que brindan los restaurantes. Lamentablemente, no hay una cultura de reconocimiento de las buenas prácticas en el sector restaurantes que tranquilamente lo puede organizar y llevar a cabo los gremios y/o colectivos conjuntamente con las instituciones públicas como gobiernos locales. Es cierto, pero nunca hemos visto alcaldes interesados, trabajando por tener restaurantes formales y de calidad en sus distritos para beneficio de sus habitantes. En mi opinión, no tenemos un INDECOPI que se la juegue a nivel regional por los derechos de los consumidores de servicio de restaurantes. Entendamos que no basta solamente con verificar si existe o no un aviso de existencia de un libro de reclamaciones físico o virtual en el restaurante, sino que tiene que haber políticas, normas y directivas internas que permitan garantizar la idoneidad del servicio al público.

Esto último se puede llamar conciencia de servicio al público que sería uno de los pilares de la ansiada conciencia turística que todavía está muy lejos de conseguirse en la mayoría de proveedores y consumidores del sector restaurantes.



Por lo tanto, no malogremos nuestra rica y reconocida gastronomía peruana con servicios que reflejan la filosofía del egoísmo empresarial en donde la ganancia y la satisfacción del cliente están divorciados. Si la satisfacción del cliente tiene algo de valor, llegó la hora de que se demuestre y mejore la Gestión de Restaurantes en el maravilloso mundo del servicio de alimentos preparados que es sinónimo de salud.

STARTUP

RAZONES POR LAS CUALES FRACASAN

Yadhira Hayashi Amoretti

Economista y Facilitadora en emprendimiento

¿Qué es una startup?

Este término inglés significa arrancar, empezar, montar.

Una startup podría definirse como una empresa emergente digital con un gran potencial de crecimiento exponencial. Eso quiere decir que mientras una empresa habitual puede tener como objetivo crecer un 10% al año, una startup pretende multiplicar su negocio cinco veces al año.

El término startup se refiere a compañías de cualquier ámbito, sin embargo suele utilizarse para aquellas que tienen un fuerte componente tecnológico y que están relacionadas con el mundo de Internet y las TICs.

Algunas importantes empresas que hoy conocemos comenzaron siendo startups, por ejemplo: Google, Apple, Amazon o Facebook, las que han tenido que pasar de ser una startup en un inicio para luego convertirse en grandes empresas.

Una startup comienza con una idea de negocio, para después aplicar la innovación y finalmente entrar con fuerza al mercado. Debido a que tienen un crecimiento acelerado, necesitan capital y es allí donde participan los denominados ángeles inversionistas, quienes están en búsqueda de nuevas empresas innovadoras para invertir.

Según el libro de Eric Ries, "The Startup Way" (2017), entre los cinco principios básicos propios de una startup que toda empresa debería replicar se encuentra la innovación continua, es decir identificar un método que permita desarrollarse y generar ideas nuevas constantemente, ya que no se trata de descubrir una idea innovadora y acomodarse a ella.

A continuación, algunas de las razones por las que una startup fracasa*:

- No tiene el equipo correcto.
- Falta de armonía dentro del equipo o entre el equipo y los inversores.
- No hay suficiente pasión.

*<https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top/>:

A través de Startup Perú, iniciativa del Programa Nacional de Desarrollo Tecnológico e Innovación (ProInnovate) del Ministerio de la Producción, creada

para fortalecer el ecosistema de emprendimiento e innovación en el Perú generando las condiciones para el surgimiento de nuevas empresas innovadoras, cofinancia con capital semilla a emprendimientos innovadores y de alto impacto (startups) que cuenten con una ventaja competitiva basada en innovación, con el potencial de crecer apuntando a mercados regionales y globales, y este año anunció que otorgará desde S/50,000 hasta S/ 140,000 para proyectos empresariales que buscan acelerar el ingreso al mercado de un producto innovador o consolidar su crecimiento a nivel local y global.

Startup se refiere a compañías de cualquier ámbito, con un fuerte componente tecnológico.

Las categorías de cofinanciamiento con las que cuenta StartUp Perú son dos:

- Para Emprendimientos innovadores, ofrece un fondo de S/ 50,000 a personas naturales y empresas que ya cuentan con un producto mínimo viable con tracción y buscan acelerar la validación y desarrollo de un producto comercial para su ingreso en el mercado.

Requisitos:

Pueden postular personas naturales mayores de edad y empresas con máximo 5 años de creación e inscritas en el Registro Único de Contribuyentes (RUC) de SUNAT.

Contar con un equipo emprendedor conformado por dos a cuatro personas naturales mayores de edad que cuenten con las capacidades para desarrollar el emprendimiento.

- Para Emprendimientos Dinámicos, brinda un fondo de hasta S/ 140,000 soles a startups con 1 a 5 años de creación, que cuentan con un producto con ventas, con el fin de acelerar su crecimiento en el mercado.

Requisitos:

Pueden postular startups o empresas jóvenes que cuenten con un mínimo de un año y máximo cinco años de inscripción en el RUC. Además, debe tener ventas mayores a S/ 120,000 (sin incluir IGV) durante

un año consecutivo entre el 2019 y 2020.

Contar con un equipo emprendedor conformado por dos a cuatro personas naturales mayores de edad que cuenten con las capacidades para desarrollar el emprendimiento.

Cabe mencionar que ambos fondos son no reembolsables, es decir, que no se devuelven al Estado. Así también es importante señalar que StartUp Perú

no cofinancia ideas de negocios. Los postulantes deben contar con al menos un Producto Mínimo Viable (PMV) con tracción, es decir, un prototipo con las principales funcionalidades, que haya sido probado con potenciales clientes o usuarios y que haya mostrado indicios de interés.

Para conocer más detalles puedes escribir al siguiente correo: startup@proinnovate.gob.peu



EMPRENDER O NO EMPRENDER

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA EL EMPRENDEDOR

Milagros Bohorquez

Emprendedora

La situación actual ha generado que muchos de nosotros decidamos poner en marcha nuestro famoso emprendimiento de pandemia, aquel que estamos realizando solo con la premisa del mientras tanto, mientras volvemos a la normalidad, mientras encuentro otro trabajo, mientras pueda salir a trabajar, o mientras me decida a arriesgarme, que valgan verdades es la situación real, porque realmente hay que tener valor para decidir emprender un negocio y mas valor para decidirte a vivir de ello.

Es ahí donde nos hacemos la pregunta, si realmente queremos emprender, si es más grande nuestro sueño, o es mas grande nuestro miedo, la mayoría de las personas que estudiamos administración (como carrera profesional), lo hemos hecho bajo el sueño de tener un negocio propio o ser nuestro propio jefe, pero que significa ser nuestro propio jefe?, no significa que vamos a trabajar menos, tampoco significa que “solo” me voy a dedicar a dar órdenes, no, nada más lejos de la realidad, ser nuestro propio jefe significa no asignarte horario de ingreso, no asignarte un salario fijo, no asignarte una cantidad X de tareas, ser tu propio jefe significa ser el primero en iniciar el día y el ultimo en terminarlo, encargarte de los pagos, las deudas, las ventas, las ganancias, los impuestos, hacer lo que te corresponde y corregir el error de alguien más, solucionar los inconvenientes de ultima hora, con tal de hacer que el producto o servicio que ofreces llegue de la mejor forma al cliente o consumidor, por que sí, Tú eres el jefe y por tanto es tú imagen, es tú marca, es tú producto, y esperas que satisfaga al cliente y colme sus expectativas, por que no hay nada mas gratificante cuando alguien recibe su pedido, lo prueba, lo postea y te recomienda sin que se lo pidas, por que en ese momento entiendes que lo haz hecho bien, que el pedido logró su cometido, que cerraste una venta exitosa, una de esas que no solo trae ganancias, sino frutos posteriores, por que la mejor recomendación es lo que tus clientes dicen de ti.

Hace varios años atrás, cuando presente mi primera idea de dulces en la universidad, un docente me pregunto si en realidad quería ser mi propia jefa (en ese momento yo trabajaba para alguien más, ganaba bien, me daba tiempo de estudiar y de ir de juerga los fines de semana y aun así decía que no tenía tiempo

No hay nada mas gratificante cuando alguien recibe su pedido, lo prueba, lo postea y te recomienda sin que se lo pidas.

para mí), y le dije que sí, que quería tener más tiempo para mí, que quería manejar mi propio presupuesto y todos esos supuestos que nos decimos cuando soñamos con la empresa propia; me miró y me dijo que no existía jefe más explotador que uno mismo, cuando quiere hacer las cosas bien, y que por eso debía dedicarme a hacer lo que mas me gustara, y así nunca más tendría que trabajar.

Cuanta verdad existía en sus palabras, terminé la universidad y trabajé para otras empresas, a la par hacia mis intentos de negociante (joyería, bisutería, productos de belleza, manicurista etc, si un sinfín de inversiones, recuperaciones, perdidas y metidas de pata) y siempre me terminaba animando por la segura, mi sueldo fijo todos los meses, hasta que en determinado momento me invitaron a dar una charla de emprendimiento, después de eso descubrí que me había gustado, ahí comenzó mi aventura en IPAE, inicie dictando clases y uno de los cursos que dictaba era gestión del talento, y le repetía tantas veces a los chicos que debían potenciar su talento, que yo misma comencé aplicar mi propia sesión, seguí con mis intentos de buscar que me podía gustar, hasta el día que descubrí que me gustaba la repostería, (ojo que quemé mi primer budín), que me guste no quiere decir que me haya salido perfecto a la primera, pero si disfrutaba el proceso, y amaba más el resultado final.

Otro aspecto que se aprende con el emprendimiento es que, si no podemos solos, no debemos tener miedo a buscar ayuda, en mi caso ayuda conocida Candy y mi tía Goyita, (Mi equipo), primero por que no podemos hacer dos cosas al mismo tiempo y menos estar en dos lugares al mismo tiempo, y segundo porque siempre necesitamos tener un respaldo, un soporte de ayuda en el negocio y que te acompañe en esa aventura.

Emprender no solo significa ser tu propio jefe, significa dar lo mejor de ti para ofrecer el mejor producto, ser tu mejor versión para que tu producto

gane un lugarcito en el corazón y el gusto de las personas, dar lo mejor de tu creatividad para que se vea mas bonito, mas presentable, para darle valor, y escuchar más sin resentimientos, por que cada opinión debe ser bien recibida, por que cada crítica debe ayudarnos a mejorar, y cada consejo ser analizado, probado y si pasa prueba, aplicado.

El crecimiento de tu producto o tu negocio puede variar, y dependerá de muchos factores, algunos estarán en tus manos, otros no, pero si has encontrado aquello que disfrutas hacer, que no te pesa despertar temprano, que no miras la hora de salida, y que encima te genera ingresos económicos, entonces ahí es, No lo dejes ir, es tu bebé, ayúdalo a crecer, con mucha paciencia y mucho amor y sobre todo mucha perseverancia, recuerda es tu talento, pero no dejes de alimentarlo y enseñarle, mejora, capacítate y se tu mejor versión, para que puedas ofrecer lo mejor de ti, emprende y emprende con ganas.



ECOSISTEMA

DE INVESTIGACION, INNOVACION Y EMPRENDIMIENTO

Pedro Calla

Coordinador local del Proyecto EIIE Ica / Consorcio CTA - Fueradelacaja Soluciones

“Siempre el desafío más grande es el status quo”

Glenn Renwick

Hay una cosa que ya sabes de una u otra manera: El cambio es constante. Si, cada vez tiene mayor presencia en el imaginario colectivo este pensamiento en la actualidad, cambiando solo la velocidad dependiendo del lugar del mundo en el que estés. Una de las formas de medirlo es el tiempo, un recurso no renovable, finito, en la que marca la diferencia en la forma eficaz de usarlo. Por ejemplo, no es lo mismo utilizar un minuto navegando en una red social de forma pasiva, que pasar un minuto desarrollando o mejorando una red social, de forma activa. Esta conciencia nos permite identificar nuestro rol en el ecosistema en el que habitamos, así como las amenazas y oportunidades que tenemos. Los ecosistemas son lugares en donde conviven diferentes actores asumiendo sus respectivos roles, los cuales tienen una misión intrínseca: Subsistir. Desde tiempos remotos, la naturaleza tiene esta metodología como forma de existencia que ha permitido el desarrollo de muchas especies, incluida la raza humana. Precisamente, las especies que se desarrollaron lograron superar diversas crisis ya sean naturales o no, conviviendo hoy en día con nosotros. En el mundo empresarial, esta simbiosis que vemos en la naturaleza se ha convertido en estrategias de colaboración, articulación, innovación, que tienen como objetivo, desarrollarse y ser competitivos.

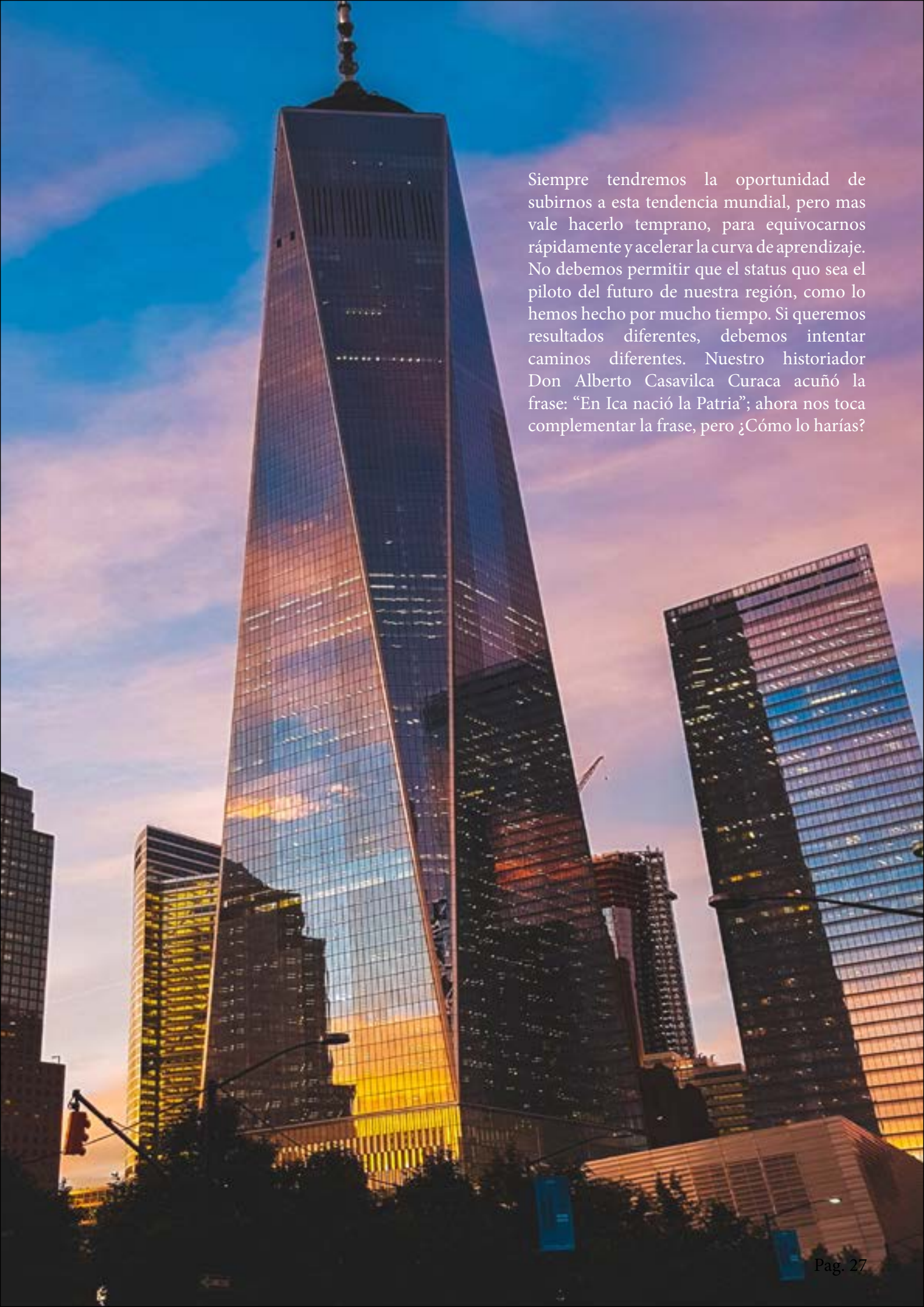
La región Ica es nuestro ecosistema que se caracteriza por tener condiciones climatológicas extraordinarias para ciertos productos agrícolas, acceso a un mar generoso con recursos marinos, lugares turísticos marcados por un pasado incaico y con enigmas por resolver, así como otros dibujados por la naturaleza, entre otras características, las cuales las hemos recibido como legado y por lo cual sentimos orgullo. Sin embargo, para poder optimizar esos recursos y capitalizar las oportunidades, debemos enfocarnos en nuestro talento humano regional, apoderándonos de objetivos nacionales, como: Fortalecer el capital humano; y, generar el desarrollo de las capacidades para la innovación, adopción y transferencia de mejoras tecnológicas, como objetivos 2 y 3 respectivamente,

del Plan Nacional de Competitividad y Productividad al 2030, así como también de los objetivos estratégicos institucionales de nuestra región, como son: Mejorar la calidad de la educación para la población en la región Ica; y, promover el desarrollo de la competitividad y el empleo en la región Ica, objetivos 2 y 4 respectivamente, del Plan Estratégico Institucional 2018 – 2023 del Gobierno Regional de Ica.

No hay nada mas gratificante cuando alguien recibe su pedido, lo prueba, lo postea y te recomienda sin que se lo pidas.

Desde nuestro rol en el ecosistema, debemos identificar como nos afectan e influye en nuestras operaciones, estos objetivos del ecosistema no solo para subsistir sino para desarrollarnos y luego, encontrar la manera de realizar la trazabilidad y medición en pos del logro del objetivo. Debemos ser conscientes de que el éxito de mi competidor directo o indirecto, nuestras autoridades, de los entes reguladores y demás actores, es bueno para mí y mi organización. Aunque estamos en esa etapa muy básica, es necesario continuar para poder aprovechar esos cambios que cada vez tienen mayor vertiginosidad, sino perderemos la oportunidad de desarrollarnos exponencialmente, quedando satisfechos con solo liderar en estadísticas de exportación de productos primarios, comodities y otros, sin mayor valor agregado, creciendo si, pero sin desarrollarnos como ecosistema.

Apostar por un ecosistema de investigación, innovación y emprendimiento disruptivo, es fundamental para influir en nuestra futura sociedad iqueña, en donde cada provincia: Chincha, Pisco, Palpa, Nazca e Ica, compartan esa identidad en común, como insumo esencial para construir una cultura basada en innovación, en donde el poder del conocimiento sea transversal a todas las actividades realizadas. Este mindset debe ser insertado, ni siquiera cambiado, porque no existe uno. Para ello es importante tener un sistema que genere confianza liderado por actores claves respaldado por una gobernanza efectiva.



Siempre tendremos la oportunidad de subirnos a esta tendencia mundial, pero mas vale hacerlo temprano, para equivocarnos rápidamente y acelerar la curva de aprendizaje. No debemos permitir que el status quo sea el piloto del futuro de nuestra región, como lo hemos hecho por mucho tiempo. Si queremos resultados diferentes, debemos intentar caminos diferentes. Nuestro historiador Don Alberto Casavilca Curaca acuñó la frase: “En Ica nació la Patria”; ahora nos toca complementar la frase, pero ;Cómo lo harías?

ALINEAMIENTO ESTRATEGICO

LA NECESIDAD DE ALINEAR CALIDAD, PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD

Luis Pecho Tataje

Docente Universitario

Una de las principales preocupaciones estratégicas en el mundo empresarial de nuestros días es mejorar la calidad, la productividad y la competitividad, pues son entendidas como exigencias preponderantes en el marco de la globalidad. Pero sin dudas, “sociabilizarla” viene siendo un esfuerzo temporal sostenido, y para tal efecto, se ha hecho aplicación de diversos medios: fundamentar la planeación estratégica, capacitaciones focalizadas, conformación de equipos de mejora, certificación de la calidad de los proveedores, consolidación de los sistemas de gestión de la calidad, propuestas de mejoramiento basadas en filosofía japonesa: Seis Sigma, manufactura esbelta (lean), etc. Pero mi perspectiva me permite seguir proponiendo tozudamente, que si no la convertimos en una filosofía de vida, sus niveles alcanzarán rasgos tangenciales y no se impregnarán en el interior y exterior de las organizaciones, donde es clave entender por qué la calidad y la satisfacción del cliente son factores clave de la competitividad. Son indispensables, cambios y mejoras de fondo, entender la trascendencia de la disciplina, la consistencia de una visión y la robustez del conocimiento para capitalizar el impulso motivacional de mejorar continuamente, vinculando íntimamente las metas y objetivos globales de la organización.

Ya lo manifestaba Deming en sus diferentes propuestas teóricas: la calidad y la productividad tenían una relación negativa, entendiendo que los costos de evaluación de la calidad, reducían los esfuerzos directos en producción.

Pero paradójicamente, fue el propio Deming quien se encargó de fundamentar la relación positiva y directa entre calidad y productividad, basado en una demostración fáctica en que el incremento de la calidad reduce los costos consecuentes de la falta de eficiencia en los procesos.

Hoy en día, nos detenemos en esa dinámica intensa de la generación de valor al cliente, descubriendo exigencias implícitas que el propio usuario requiere, pero no manifiesta. Focalizarse en el valor agregado, es tener la mira puesta en ofrecer más de lo esperado en las mejores condiciones posibles.

Centrémonos en la Productividad, entendida en su forma simple como un ratio que relaciona la

producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados.

Ahora bien, abordar el ámbito de la productividad en un país, se refiere siempre a escudriñar un factor que resulta fundamental en el crecimiento dinámico del mismo, dado que estará referenciando tasas cada vez, más altas.

Desarrollar un nivel apropiado de productividad conlleva crecimiento en el mediano y largo plazo.

La visión de desarrollo que se debe desplegar, debe allanar obstáculos que se opongan a la dinámica intensa de las empresas para ganar eficiencia, es decir, la competitividad y la diversificación productiva del país también requieren de una visión estratégica de desarrollo que potencie sus capacidades productivas y faciliten un sustrato llano a la inversión.

Este contexto, nos hace apreciar que vivimos tiempos de hechos que se suscitan exponencialmente, donde, la velocidad y el cambio son las constantes (expresiones propias de Alvin Toffler). Pero, son estas circunstancias las que nos hacen trasladarnos a la naturaleza esencial de las cosas y poder ejercitar una crítica desde lo fundamental. Así nos encontramos con que “la mejora propiamente dicha, es hacer lo que estamos haciendo de una mejor manera”.

En el Perú, la competitividad de las empresas está sostenida por la íntima unión entre el rol empresarial y directivo. Y se ve afectada por ese complejo conformado por las entidades, políticas y otros factores que tienen que ver con la economía, según señala el Informe de Competitividad del Banco Mundial (Informe World Economic Forum 2013-2014).

Desarrollar un nivel apropiado de productividad conlleva crecimiento en el mediano y largo plazo y, trae como consecuencia, la posibilidad de que los pobladores alcancen mayores ingresos, mejoren las posiciones organizacionales, las unidades económicas sean más productivas, y una serie de beneficios conexos, que inciden en el radio de influencia.



Para afinar la óptica en torno a la productividad, exige no perder de vista cuatro consistentes pilares :

El primer pilar considera a la educación como un plano de confluencia del Estado, la Empresa y la Universidad, que en ese esfuerzo conjunto consigan el resultado sinérgico reflejado a través de sus cuadros profesionales y técnicos, capaces de insertarse directamente en el esfuerzo desplegado por el país para satisfacer sus necesidades urgentes.

Un segundo pilar lo constituye la Institucionalidad, solidificada mediante sus variables de comportamiento ético en las empresas y el Estado.

Un tercer pilar está referido a la siempre aludida Innovación; que si bien puede ser favorecida por el gobierno, también puede serlo dentro y/o desde las empresas.

Y finalmente, el quehacer de negocios que tiene que ver con la sofisticación en la cadena de producción, el

desarrollo de clústers, la calidad de la producción, la distribución internacional, la delegación de autoridad dentro de las empresas y la confianza en la dirección. La apreciación sistémica de estos pilares nos configura el retador y novedosos escenarios de la competitividad de un país.

Finalmente, la tarea pendiente es encontrar el punto justo donde la interacción del control y el espacio para la innovación den los resultados esperados, utilizando las herramientas necesarias que consolidan a la administración como una ciencia.

En estas circunstancias, el mejoramiento y la adaptación continua con carácter proactivo, configurarán la mejor forma de ingresar a estos nuevos contextos, donde las personas y sus talentos son el eje central del éxito. Ellas serán quienes impulsen las organizaciones a una dimensión donde puedan confluír adecuadamente el control, la innovación, la adaptación, y el éxito.



TECSECURITY
SEGURIDAD ELECTRÓNICA
www.ica-tecsecurity.com

PROTEGE TU HOGAR,
NEGOCIO Y OFICINA CON
NUESTRAS SOLUCIONES EN
SEGURIDAD ELECTRÓNICA

TELECOM



PRODUCTOS PARA TELEFONÍA ANALÓGICA Y DIGITAL
VoIP / Video conferencias en HD /
Software IPProtect.



INCENDIO

SISTEMAS DE PROTECCIÓN
INTEGRALES CONTRA INCENDIO
Contamos con una completa gama de sistemas
de Detección, que serán seleccionados por
nuestro personal.

**CERCOS
ELECTRICOS**



LA MÁS ALTA TECNOLOGÍA EN
SEGURIDAD PERIMETRAL
Electrificadores / Asesores / Control remoto.



**AIRE
ACONDICIONADO**

Brindamos la solución a
sus requerimientos a través de la
asesoría personalizada.

Análisis y Diagnóstico
para Proyectos de
Seguridad Electrónica
Integral



CCTV

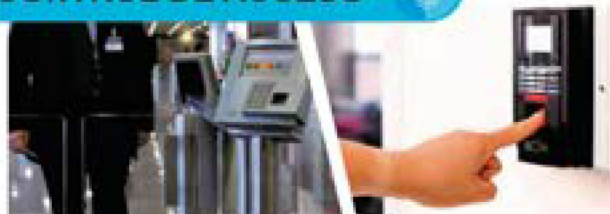


CCTV



SISTEMA DE SEGURIDAD CCTV (CIRCUITO CERRADO DE TELEVISIÓN)
Videovigilancia IP & HDCVI / HD-TVI / Almacenamiento externo / Video corteo / Micrófonos /
Cámaras panorámicas, térmicas, móviles y anti explosión / Fuentes de poder centralizadas
Adaptadores / Balun.

CONTROL DE ACCESO



SOLUCIONES BIOMÉTRICAS PARA CONTROL DE ACCESO Y ASISTENCIA
Lectores de huellas dactilares / Cerraduras Inteligentes / Cerraduras Biométricas / Control
de acceso personal, vehicular y radiofrecuencia (RFID) / Software de gestión centralizada.

ALARMAS



SISTEMA DE ALARMAS RESIDENCIAL, COMERCIAL Y COMUNITARIAS
Paneles de alarmas / Comunicación GSM / Funciones de activación y desactivación a larga
distancia / Detector de movimiento.

REDES



CONECTIVIDAD ALÁMBRICA E INALÁMBRICA (WI-FI)
Switches / Routers / Software de gestión y administración de red / Video / Radiofrecuencia
y accesorios.

HIKVISION

LINSEG

alhua

intelbras

GRANDSTREAM

SEAGATE

UBIQUITI

MikroTik

ZKTeco

Mircom

Hagroy

PARADOX

EVERSPRING

Informes:

www.ica-tecsecurity.com

928 953 459

ventas@ica-tecsecurity.com

956 023 875



Lima Group
CONSULTING

**Marketing & Negocios Grupo
Lima Sociedad Anónima Cerrada**

NUESTRA CONSULTORA

PROPORCIONA LOS SIGUIENTE SERVICIOS:

- » Constitución de Empresas (Jurídica y Natural)
- » Asesoramiento Contable para MYPES Y PYMES
- » Declaraciones Mensuales y Anuales
- » Libros Contables Electrónicos
- » Declara Fácil 621
- » T- Registro
- » IGV Saldo a favor del Exportador
- » Sistema de Detracción
- » Elaboración de Estados Financieros.

Tenemos un Equipo Altamente Especializado
al Servicio de Nuestros Clientes



(51)922969364



ENTREVISTA

ZAIDA GALLEGOS - "JUGLAR"

Raúl Salgado

Salgados & Asociados



Buenos días, bienvenidos a una nueva historia del emprendimiento, en esta oportunidad nos encontramos con Zaida Gallegos, CEO de la empresa Juglar, quienes han desarrollado un app para tratar de brindar soluciones a aquellas personas que quieren organizar alguna actividad.

Bienvenida Zaida, cuéntanos tu historia.

Bueno, la decisión de iniciar este negocio parte de la necesidad de salir de mi zona de confort y asumir riesgos. Vengo de una familia emprendedora y durante muchos años he tenido el bichito de tener algo mío. Desde hace algún tiempo he estado analizando algunas ideas hasta llegar a Juglar.

¿Cómo decidiste pasar de tener una buena idea a constituir un negocio?

Debo partir diciendo que poner un negocio no es fácil. Sin embargo, no deben tener miedo, sabemos que el camino no es sencillo, pero la satisfacción que te da se convierte en una sensación increíble.

No se preocupen, porque en el camino van aprendiendo de todo.

Yo inicié con temor, con un presupuesto pequeño y para hacer el negocio más eficiente he tenido que aprender de recursos humanos, gestión, etc. Como anécdota te comento que he tenido que hacer de diseñadora y preparar los uniformes de los chicos.

Ser emprendedor te permite tener mucho aprendizaje y conocimiento, además que te brinda libertad en tus tiempos y libertad financiera, por supuesto, en función a cuanto empjue le des.

Si no te adaptas a la tecnología te vas quedando en el pasado

En el camino aparecen una serie de factores que te ayudan a tener experiencia y expertiz.

Juglar no es el primer emprendimiento que he tenido, tuve otro anterior y te das cuenta que en el camino vas teniendo fallas. Sin embargo, estas caídas nunca me han detenido, por el contrario, he aprendido de las equivocaciones y te das cuenta que puedes ir corrigiendo. Al reflexionar te das cuenta que le puedes

decir a la vida. ¿De verdad crees que me vas a ganar? No, no lo vas a lograr. En ese momento piensas y sacas algo nuevo que permite superar esos obstáculos.

¿Y por qué decidiste trabajar una aplicación y no un negocio físico?

Primero voy a explicarles que es Juglar. Es una Startup, una aplicación móvil, actualmente disponible para contratar servicios de Barman, Dj, mesero y parrillero por horas. Seleccionas el distrito donde será la reunión, el servicio, la cantidad de horas. Luego de la selección encuentras un desplegable de proveedores y eliges a quien quieres contratar.

Nació por una necesidad, encontré un nicho donde muchas personas que organizan sus fiestas, tienen que convertirse en anfitriones, hacen las veces de barmán, ponen la música, deben preocuparse por la comida, etc. Al final, no se divierten como esperaban.

Si esta persona quiere disfrutar mejor de su reunión puede contratar a Juglar. La puedes organizar con menos tiempo y no debes preocuparte por la confianza, porque todos los integrantes de la empresa pasan por un filtro antes de ser parte de la oferta de servicios.

Esta idea, la comencé a validar con personas cercanas, todos me empezaron a decir que era una buena idea, me dieron aportes para mejorarla. Si sumamos a esta necesidad el acercamiento que la gente tiene en estos tiempos a la tecnología, creo que terminé de convencerme.

¿Cuál es la herramienta que consideras imprescindible para este emprendimiento?

Algo que me ayudó mucho al inicio, fue la validación. Esta es una herramienta clave, un error clásico es enamorarnos de nuestra idea.

Por una parte no está mal, debes tener la pasión por aquello que haces. Sin embargo, a veces puedes cegarte y no tomar en cuenta los consejos.

La validación permite comunicar tu idea y hacerla más poderosa. Algunos piensan que deben resguardar su idea porque alguien se las puede robar, en esta posición pierden muchas oportunidades.

Otra herramienta que me ayudó fue el producto mínimo viable. Una vez redondeada la idea empecé



a desarrollar una maqueta. Esta maqueta la empecé a probar con algunos clientes y recogí algunas recomendaciones. La modifiqué hasta llegar a aquello que los clientes querían.

Una vez el negocio empezó a caminar, una herramienta que me ayudó mucho fue el acompañamiento y la post venta. De esta manera validamos que el servicio se entregue en las condiciones esperadas y la experiencia en el cliente sea la que buscamos.

Muchísimas gracias Zaida, una linda experiencia de emprendimiento, que sigas brindando calidad en el mercado.



TIP EMPRESA

DIRECTOR: Raul Salgado

EDITOR: Julio Ortiz

COLABORACION ESPECIAL:

- Carolina García
- Alfredo La Rosa
- Sara Yamasaki
- Alejandro Castro
- Martín Cuellar
- Yadhira Hayashi
- Milagros Bohorquez
- Pedro Calla
- Luis Pecho
- Zaida Gallegos



in



f

