

TIP EMPRESA

LA REVISTA ESPECIALIZADA EN EL EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI
Nº 17 diciembre 2022

HERRAMIENTAS EMPRESARIALES

OPERACIONES
COMUNICACION
COMERCIAL
FINANZAS
GDH

EMPRENDIMIENTO Y EMOCIONES

UNA LÍNEA QUE
MARCA LA DIFERENCIA

PROPUESTA DE VALOR

ENCUENTRA LO QUE
NECESITA EL CLIENTE

PUBLICIDAD EN REDES

GOOGLE ADS O
FACEBOOK ADS

NEGOCIOS

5 IDEAS PARA EL 2023



RAÚL
SALGADO



EDITORIAL

Nos encontramos terminando el 2022, un año donde para muchos ha sido un nuevo comienzo, para otros hemos tenido que reinventado y finalmente para unos cuantos ha sido un año donde hemos tenido que despedirnos de nuestros emprendimientos.

En todos los casos es claro que ha sido un año de aprendizaje. Un aprendizaje duro, donde hemos entendido a la mala que el cliente realmente es la razón de ser del negocio. Donde hemos tenido que entender a la fuerza que un negocio exitoso se da cuando se tiene una operación de excelencia.

Los clientes ya no llegan a nuestro negocio, ahora debemos llevar el negocio hacia ellos. Antes el 90% de nuestras ventas eran en nuestros locales, ahora en muchos casos sólo representa un 40% o 50%.

Las redes sociales han sido las compañeras ideales de los emprendedores que han crecido este año. Sin embargo, estos emprendedores han aprendido a utilizar un conjunto de herramientas que le permitieron preparar contenidos de alto impacto.

El año 2023 es un año de muchos retos, gracias a Dios no nos toma por sorpresa, el comportamiento del mercado será similar al vivido este año. Ya estamos avisados, ahora debemos prepararnos para enfrentarlo con éxito.

Les dejo dos consejos, el primero nos obliga a ser más profesionales en el negocio, prepararnos con algunas herramientas que nos puedan dar información y nos permitan preparar una estrategia adecuada.

El segundo, la comunicación es todo. Por tanto, debemos preocuparnos por conocer a nuestros clientes, saber dónde están, que ven, y cómo consumen los productos y servicios. Con este conocimiento podremos preparar contenidos de alto impacto que lo lleven a realizar sus pedidos en nuestros emprendimientos, lo demás es trabajo arduo, como estamos acostumbrados.

FELIZ AÑO 2023!!!



CONTENIDOS

PROPUESTA DE VALOR	06
El éxito de los negocios no se centra en los atributos, busca encontrar una propuesta de valor clara potente y que resuelva los problemas.	
EMPRENDIMIENTO Y EMOCIONES	10
La inteligencia emocional (EQ) es más importante que el coeficiente intelectual (IQ) en los negocios. Veamos las razones.	
CALIDAD SE ESCRIBE CON “C”	12
El líder debe manifestar que ama lo que hace y a quienes lo ayudan, su personalidad debe transmitir paz en los momentos de crisis..	
DONDE HACER PUBLICIDAD EN REDES	14
Ambas plataformas generan un buen retorno de tu inversión publicitaria, si sabes como aprovechar al máximo el potencial de ellas	
MANIFIESTO DE UN HEROE	16
En este resumen de Robin Sharma, se compartirán consejos fáciles de aplicar que puedes usar en tu propia vida.	
DINERO FIAT	20
Entre los siglos VII y V antes de Cristo aparecen las primeras acuñaciones de monedas. Veamos cuanto ha evolucionado este sistema.	
VALORES CORPORATIVOS	22
Advertencia: Si elegiste tus valores de marca porque sonaban bonito, este artículo quizá no suene tan bonito..	
COMUNICACIÓN EXITOSA	24
Vincular la comunicación con la estrategia es muy importante y los canales mencionados permiten alcanzar este importante objetivo.	
E-COMERCE	26
El internet se ha vuelto una herramienta con la cual se convive día a día, debemos entender este canal para conectar con nuestros clientes.	
5 IDEAS DE NEGOCIO PARA EL 2023	30
Nunca olvides que la clave del éxito en cualquier negocio es la dedicación que le pongas para ofrecer un buen producto y un excelente servicio	

[IR A EDICIONES ANTERIORES](#)





PROPUESTA DE VALOR

HERRAMIENTA GUIA PARA CONSTRUIRLA

Raúl Salgado

Consultor empresarial creador del Modelo "3E" de gestión del emprendimiento.



Durante mucho tiempo he visto que los emprendedores buscan diferenciarse de los demás con un conjunto de atributos que pueden ser muy atractivos e innovadores. Sin embargo, encuentro muchas veces que ofrecen productos y servicios con determinados atributos que el consumidor no desea o no valora. Invirtiendo dinero en vano.

Debemos entender que el éxito de los negocios no se centra en los atributos, busca encontrar una propuesta de valor clara potente y que resuelva los problemas y frustraciones de los clientes.

Probablemente este término sea nuevo para ustedes. Sin embargo, es la clave para construir un negocio poderoso. Una propuesta de valor es la respuesta que tiene un emprendedor frente al conocimiento que obtiene de sus clientes, de su segmento de mercado, y la persona misma que adquiere los visita para adquirir los bienes y servicios.

Si el emprendedor identifica claramente cuáles son las frustraciones y alegrías que podrían motivar una decisión de compra, podría vincular esos atributos innovadores y diferenciadores que preparan todos los emprendimientos y así encontrar la respuesta adecuada para satisfacer esa necesidad del cliente de la mejor manera.

Una propuesta de valor es la respuesta que tiene un emprendedor frente al conocimiento que obtiene de sus clientes.

Una vez que conocemos el significado de propuesta de valor nos queda la siguiente pregunta ¿Cómo podemos construir la propuesta de valor para nuestra empresa?

Para responder esta pregunta debemos comentarle existen algunas herramientas que nos ponen en los zapatos de los clientes y nos permiten conocerlo mucho mejor.

La primera de ellas es el MAPA DE EMPATÍA. Al utilizar esta herramienta nosotros como emprendedores podemos empatizar con nuestro segmento de mercado y conocer cómo se comporta. Esta herramienta responde a preguntas relacionadas a lo que el cliente hace piensa, escucha y siente. Al recoger información de este cliente tendremos los insumos necesarios para poder encontrar encontrar aquello que lo frustra e identificar los problemas que hoy tiene al consumir determinado producto o servicio.



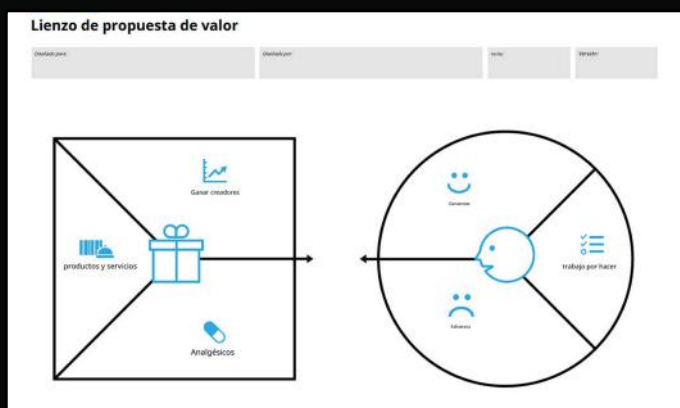
Esta herramienta se complementa con otra llamada LIENZO DE LA PROPUESTA DE VALOR. Al desarrollar esta segunda herramienta podemos mirar el negocio desde la perspectiva del usuario y del emprendedor. En la perspectiva del usuario encontramos tres áreas de trabajo. La primera donde se reflejan las actividades de los clientes y el nivel de importancia para él de cada una de las funcionalidades que ofrecen. La segunda donde se identifican aquellos elementos y atributos que brindan satisfacción y alegría a estos consumidores y finalmente la tercera parte donde encontramos aquellas frustraciones y problemas que aquejan al cliente al momento de adquirir estos servicios y productos.

Al trabajar la perspectiva de la empresa encontramos también tres áreas de trabajo, en la primera se detallan todos los productos y servicios que ofrece el negocio, los atributos que tienen y las características principales. En la segunda área se detallan los aliviadores de frustraciones, donde se identifican aquellos trabajos



de la empresa que están resolviendo las frustraciones o problemas que se identificaron al revisar la primera perspectiva de esta herramienta. Finalmente nos encontramos con los generadores de alegrías donde la empresa debe registrar todas aquellas acciones que realiza para superar las expectativas y además aquellos atributos que se relacionan con las alegrías que el cliente recibe al consumir un determinado producto o servicio.

Una vez completada estas dos perspectivas se debe identificar qué acciones del emprendedor permiten (o permitirán) responder a las necesidades que se identificaron de los clientes. A este análisis se le conoce como ENCAJE. Este encaje debe ser enunciado con una frase que responda a los problemas y alegrías del cliente y luego presentar aquellos atributos que lo diferenciarán de los competidores y lo harán único.



Utilizar estas herramientas para proponer una propuesta de valor es muy importante, mantiene enfocada a la empresa en aquellos elementos que el cliente considera muy importante. Por otro lado, nos aleja de acciones que generan un costo y que realmente no aportan mucho en la toma de decisión de compra. Si una empresa empieza a orientar todos sus recursos en trabajos importantes pronto tendrá respuestas que lo llevarán a un crecimiento sostenido en el tiempo. Si esos trabajos están centrados en identificar y conocer a nuestros clientes, permitirán mantenerlos en el tiempo y lograr tener una relación especial a largo plazo. En otras palabras encontrar una nueva categoría, dejaron de ser clientes para convertirse en fans.

Debemos tener muy claro que conociendo al cliente podremos construir una estrategia mucho más eficiente, los procesos se simplifican, los servicios y productos se enfocan en lo que realmente busca el cliente y los ingresos se multiplican. Finalmente la operación del negocio deja de perder dinero en acciones innecesarias, construyendo una ventaja competitiva que nos diferencia rápidamente de la

competencia.

Una tercera herramienta que trabaja de la mano con el mapa de empatía y el lienzo de la propuesta de valor es el BUYER PERSONA. Con esta herramienta podemos definir las características que tiene nuestro cliente ideal, entender cómo piensa, cuáles son sus gustos y preferencias, así como son sus hábitos principales. Al conocerlo podremos definir una propuesta de comunicación adecuada, dirigida a los medios de comunicación que este cliente utiliza y además podremos ofrecerle el tono de comunicación con el que más se identifica.

Debemos entender que el buyer persona nace de información estadística que recoge la empresa, por tal motivo este perfil se acerca mucho al comportamiento real del segmento con el que trabaja la empresa.



Si como emprendedor adoptamos estas tres herramientas tendremos una ventaja muy importante frente a los competidores. Conoceremos de primera mano lo que necesita el cliente, cuáles son sus problemas y motivaciones al adquirir un producto y servicio. Con esta información podremos orientar la estrategia empresarial a satisfacer la necesidad de una manera impecable y potente, nos permite además estructurar el flujo de procesos de la operación del negocio con mayor eficiencia, logrando ahorros en trabajos innecesarios. Finalmente al tener el perfil ideal podremos preparar toda nuestra propuesta de comunicación de una manera más eficiente, con contenidos adecuados que generen el vínculo que necesitamos como empresa. El resultado lógico se concentra en los ingresos del negocio y en el crecimiento del mismo.

Los invitamos a que puedan conocer en detalle cómo se preparan cada una de estas herramientas y las puedan utilizar como una estrategia base de la operación del negocio.

EMPRENDIMIENTO Y EMOCIONES

LA ESTRECHA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE AMBAS

Doris Cayo

Coach Ontológico. Cofounder Alquimia Consultores



Cuando hablamos de emociones generalmente lo asociamos con algo subliminal, gaseoso, o un enfoque no aterrizado a la realidad. Sin embargo, a través de estas líneas, pretendo demostrar la estrecha relación que existe entre las emociones y el emprendimiento.

Emprender requiere hacer un compromiso con nuestros objetivos para iniciar un nuevo proyecto a través de ideas, oportunidades y todo esto va muy de la mano con nuestras emociones. Se dice que emprender es como activar nuestra montaña rusa emocional donde la incertidumbre, miedo, inseguridad, enfado, impaciencia, frustración entre otras, van girando alrededor de nuestra mente y nuestros sentimientos. Entonces es momentos de preguntarnos ¿Qué tan consciente soy de mis emociones? ¿Qué capacidad tengo para manejarlas en momentos críticos? ¿He desarrollado tolerancia a la frustración? ¿Tengo la capacidad para automotivarme?

Y también de sincerarnos y aceptar la necesidad de desarrollar las competencias emocionales que nos permitan conducir eficiente y eficazmente nuestros negocios.

El psicólogo estadounidense Daniel Goleman señala que la inteligencia emocional (EQ) es más importante que el coeficiente intelectual (IQ) en los negocios, pues te lleva a establecer excelentes relaciones con las personas, aspecto que hace productivo y exitoso cualquier emprendimiento.

El camino de un emprendedor, así como produce grandes satisfacciones, también trae consigo desafíos, inconvenientes y situaciones no programadas, en algunos casos por cambios propios del entorno o también podría ser por una errónea planificación. Son estas las situaciones en las que debemos hacer gala de nuestra inteligencia emocional, demostrando nuestras habilidades para combatir los momentos de incertidumbre y poder sostener el negocio.

José Rojas Orrillo, autor del libro *Emprende el Vuelo*, señala que “La inteligencia emocional siempre ha sido el componente del desarrollo personal que nos permite conectar con todo nuestro alrededor.

Es la responsable del 85% de las razones por las cuales podemos vivir una vida plena”

A continuación, comparto cuatro claves que, según este especialista, nos ayuda a desarrollar nuestra inteligencia emocional:

1. Nutre tu mente de pensamientos positivos. - Todo pensamiento provoca un sentimiento y una actitud que mueve nuestras conductas e influye en la dirección en que navegamos en nuestras vidas. Somos lo que pensamos.

La inteligencia emocional (EQ) es más importante que el coeficiente intelectual (IQ) en los negocios.

2. Identifica tus emociones para gestionarlas. - Es importante el autoconocimiento para poder entender y gestionar nuestras emociones. Autoconocernos significa reconocer nuestras virtudes para potenciarlas y debilidades para buscar espacios de mejora.

3. Reconoce la intensidad de tus emociones. - Las emociones se pueden vivir con distintas intensidades dependiendo del significado o interpretación que se le dé a una determinada situación. Reconocer el nivel de intensidad que nos produce una emoción nos permitirá hacer las modificaciones necesarias para beneficio propio.

4. Reemplaza emociones que restan por emociones que suman. - Lejos de ver la pérdida en el resultado de una determinada situación, identificar el aprendizaje que significó para nosotros y de inmediato tomar acciones para redireccionar la ruta.

Construir inteligencia emocional para un emprendedor no sólo genera confianza sino un sentimiento de dominio y optimismo que repercute en los clientes y equipo de trabajo.



CALIDAD SE ESCRIBE CON “C”

TOMADO DE DANIEL TIGANI – CIMBRA

Luis Puppi Ugaz

Consultor Organizacional



No se asuste, no se trata de un error en el título. Se propone marcar algunas características del liderazgo en cualquier organización que desea analizar sus posibilidades reales para alcanzar la excelencia.

Si la calidad del liderazgo no llega a los niveles que lo alejen de la mediocridad, la organización no podrá consolidar un equipo con posibilidades reales.

Nadie puede dar lo que no tiene y es el liderazgo quien delinea las dimensiones en las que medirá la calidad del equipo.

Un experimentado y exitoso líder, autor de 14 libros que forman parte de la colección más leída de toda la historia, recomendó a su más destacado discípulo, que tuviera cuidado con las personas que mostraban ciertas características peligrosas. Se trata de una lista de 18 aspectos negativos que pueden darse solos o en conjunto. Un bingo en esta lotería es verdaderamente lamentable. El consejo consiste en tratar de no asociarse con egoístas, avaros, jactanciosos, arrogantes, mal hablados, desobedientes, ingratos, impíos, insensibles, implacables, calumniadores, libertinos, despiadados, negativos, traicioneros, impetuosos, vanidosos y hedonistas. (*)

Al mismo tiempo este líder está ayudando a que su discípulo se examine, para ver si se reconoce en alguna de estas actitudes peligrosas, porque su influencia sobre sus colaboradores será inevitable y si no se corrigen a tiempo, cosechará lo que sembró.

Un líder es aquella persona que con su influencia logra llevar a un equipo a su máximo desempeño. Sus virtudes afectarán al grupo positivamente y debe evitar que sus defectos no sean replicados en versiones corregidas y aumentadas de sí mismo.

El líder debe manifestar que ama lo que hace y a quienes lo ayudan, su personalidad debe transmitir paz en los momentos de crisis, mostrándose gozoso por la responsabilidad que se la ha encomendado. Su compromiso con hacer las cosas bien debe ser profundo, sin que esto afecte su benignidad y su paciencia. No siempre las cosas salen bien a la primera vez y todos merecen otra oportunidad. Un verdadero líder es fiel a la causa en la que está comprometido, respetando la autoridad para mantener firme su propia autoridad, dominándose a sí mismo sin salirse de control, aunque sabe que será tentado a descontrolarse permanentemente. (*)

A continuación doce (12) cualidades con “C mayúscula” para un liderazgo excelente.

CAPACIDAD: Es la diferencia entre declarar una visión y lograr que se concrete. Las responsabilidades del liderazgo van de menor a mayor y primero se debe demostrar capacidad para cosas menores antes de encarar desafíos más grandes.

CONOCIMIENTO: Un ciego no puede guiar a otro ciego. La capacidad de improvisar es siempre apreciada pero tiene que ser el último recurso.

CHARACTER: Convicciones de una mentalidad firme, profundas y bien fundamentadas. Las personas fluctuantes son inconstantes y no llegan a ningún lado. Es preferible asumir el liderazgo a riesgo de equivocarse, que dejar que las cosas caigan por su peso en la seguridad y comodidad que conducen a la mediocridad.

El líder debe manifestar que ama lo que hace y a quienes lo ayudan, su personalidad debe transmitir paz en los momentos de crisis.

CARISMA: Para alcanzar el consenso, desde el corazón. El líder debe tener la capacidad para conseguir apoyo por afecto. Un equipo sin mística no tiene liderazgo. La calidad es una pasión y el servicio excelente un sentimiento.

COMPROMISO: Dar lo mejor de sí mismo y proponerse honestamente como modelo en la administración de prioridades. El líder debe demostrar que arriesga mucho más que el resto del equipo y que realmente vale la pena.

CONSTANCIA: Perseverancia dejando de lado las circunstancias pasajeras en función del logro definitivo. Es imposible que no aparezcan tropiezos y altibajos pero no nos vamos a detener fácilmente.

COMUNICACION: Escuchar bien y explicar mejor. Podría ser que un cangrejo resuelva para sí mismo ecuaciones de tercer grado, pero si no lo puede comunicar seguirá su destino de crustáceo.

CREATIVIDAD: Entender que los problemas de hoy no se resuelven con las soluciones de ayer. Se debe tener la mente abierta y entender que no hay mejoras sin cambios.

CORAJE: Enfrentar los riesgos con soltura. Un líder no puede amedrentarse ante las dificultades y mucho menos ahogarse en un vaso de agua. Toda tarea tiene riesgos y el líder debe ser un buen piloto de tormentas.

COMPRESION: Si nadie entiende al líder lo dejarán solo y aunque sea genial deberá abandonar el liderazgo. Por otra parte si el que está a cargo no entiende a su gente jamás podrá liderarla. Las creencias y valores de las personas están escondidos debajo del comportamiento y comprender es mucho más que observar superficialmente.

CONCENTRACION: Enfoque claro y agudeza para saber donde aplicar cada esfuerzo. Un rumbo definido un camino concreto. Facilidades para saber si lo estamos logrando. El líder disperso divide al equipo, porque cada uno seguirá el rumbo que le convenga y competirán en la asignación de prioridades.

CLARIDAD: La transparencia genera la confianza necesaria para que nadie sospeche que hay objetivos ocultos. La información debe ser fluida y accesible. La motivación real del líder debe mantenerse visible. No puede haber intrigas y sorpresas en la relación del líder con su equipo.

No se propone que esta lista sea completa en sí misma, pero puede usarse como un buen punto de partida, para los interesados en el desarrollo de sus cualidades de líder que necesitan las organizaciones para alcanzar la excelencia.

Las cualidades del liderazgo no se consiguen de un día para el otro, en mágicos cursos y seminarios brillantes. El líder debe hacer firme su vocación y elección en un proceso continuo.

Aquellos que conscientemente acepten el desafío que implica el liderazgo, tendrán que dedicarle tiempo a su crecimiento porque un roble no se forma en un año. Las cualidades fructíferas son de carácter espiritual y es vital el desarrollo del espíritu tanto como el intelectual y el físico.

(*) Referencia a las cartas del Apóstol Pablo: Segunda a Timoteo (Cap.3) y los Gálatas (Cap.5 vs. 22).

DÓNDE HACER PUBLICIDAD

¿GOOGLE ADS O FACEBOOK ADS?

Carlos Preciado

Especialista en Marketing digital y redes Sociales.



Esta es la pregunta que siempre me hacen cuando hablamos de estrategias de publicidad digital. Qué plataforma debo escoger? Entonces vamos a conocer a cada una ellas para dar un veredicto final.

Lo primero que debes saber es que en ambas puedes generar un buen retorno de tu inversión publicitaria, si sabes como aprovechar al máximo el potencial de ellas. Tienes que analizar cuál de ellas se adapta mejor a tu público objetivo y en cuál de ellas vas a lograr los objetivos de tu campaña. Google es conocido como el rey de las búsquedas y Facebook es sin dudas la red social líder del mundo.

Facebook Ads

Aquí tus anuncios se mostrarán a las personas que se acercan a la segmentación que hayas elegido. No importa la cantidad que tengas para tu presupuesto diario, siempre obtendrás un resultado. Puede ser muy efectiva para hacer conocer nuestro negocio dentro de una zona geográfica y por rango de edades. Cuando hablamos de publicidad en Facebook debemos pensar también en Instagram, ambas redes hacen publicidad desde la misma plataforma, siendo Instagram una red social más juvenil.

Hace pocos meses Facebook lanzo Power 5 que es un sistema de inteligencia artificial que se encarga de llevar tus anuncios a la audiencia que tiene más probabilidades de reaccionar según sus criterios. Esto ha reducido al mínimo la necesidad de tener que segmentar el perfil de tu audiencia y dejar en manos de Facebook la capacidad de distribuir nuestros anuncios de forma inteligente. Solo tienes que indicarle la zona geográfica donde quieres que aparezcan tus anuncios y si deseas el rango de edades.

Los anuncios en Facebook e Instagram son visuales. El mensaje de tu anuncio debe ser claro en la imagen o video que acompañe. Puedes persuadir mejor a tu audiencia o generarles curiosidad, por el contenido de tu anuncio y llevarlos hasta el objetivo de tu campaña. Esta plataforma trabaja con diversos tipos de objetivos, debes conocerlos para identificar cuál te dará los mejores resultados y mejor rentabilidad para tu campaña publicitaria.

Si tu negocio es nuevo en la zona o si tu producto es

totalmente nuevo es muy difícil que lo puedan buscar en Google. En ese caso lo mejor será plantearte hacer publicidad a través de Facebook Ads con campañas de alcance o interacciones.

Planifica bien tu presupuesto y el objetivo que quieres lograr en cada plataforma, luego vas midiendo los resultados.

Google Ads

Los anuncios en Google Ads están orientadas más hacia las búsquedas por palabras y frases clave. Debes utilizar palabras clave con un buen nivel de volumen de búsqueda que te garantice estar en la mayor cantidad de resultados posibles.

Lo interesante de participar en Google Ads es que los usuarios están en modo de búsqueda activa. Tu anuncio aparecerá solo a aquellos que hayan hecho una búsqueda cercana o igual a alguna de tus palabras clave. A diferencia de Facebook donde tus anuncios aparecen en los dispositivos de la audiencia, en Google tu anuncio es el resultado de una búsqueda, por lo tanto, el usuario está más dispuesto a seguir tu anuncio para encontrar lo que buscaba.

En Google Ads también tienes diversos tipos de anuncios de acuerdo a los objetivos de tu campaña publicitaria. Puedes elegir el punto exacto de pago por los resultados obtenidos, por clics recibidos o conversiones en tu negocio.

¿Cuál elegir?

Finalmente, ¿Dónde hacer publicidad, en Google o en Facebook? Todo está en los objetivos y tiempos de tu campaña. Los usuarios de ambas plataformas tienen metas diferentes, en Google los usuarios están en búsqueda activa para cubrir una necesidad, en Facebook están en modo de entretenimiento y ahí les aparece tu anuncio.

Las dos plataformas consiguen conversiones. Google es la que mejor conversiones tiene por el hecho de que en ella los usuarios van con el propósito activo de

adquirir el producto o servicio.

En a los costos, hacer publicidad en Facebook puede ser más económica que en Google, en una proporción de 2.5 a 1. Ambas plataformas usan un sistema de subastas para colocar tus anuncios. Si hay más empresas compitiendo por las mismas palabras clave o audiencia, le darán preferencia al anuncio que pague más por el resultado seleccionado en la campaña.

Google Ads es tu opción, si lo que buscas es vender tus productos o servicios, recuerda que deberás tener un buen presupuesto y que los clics lleven al usuario hasta el sitio donde realizará compra o hará su pedido.

Con Facebook Ads te puede ayudar cuándo tienes un presupuesto publicitario medido y quieres que una audiencia conozca tu negocio.

¿Puedes hacer publicidad en ambas? Sí. ¿Se complementan? Sí. Planifica bien tu presupuesto y el objetivo que quieres lograr en cada plataforma y vas midiendo los resultados. Si tienes dudas de cómo empezar o cómo puedes rentabilizar mejor tus resultados, busca la ayuda de un asesor experto.



MANIFIESTO DE UN HEROE

TODOS TENEMOS SUS CARACTERÍSTICAS

Alejandro Castro Mendivil
Educador y coach ejecutivo



Todos tenemos en nuestro interior las características de un héroe. Las herramientas que necesitamos para dar vida a esa realidad son las que probablemente ya posees: una mente pensante y un corazón amoroso. Ser un héroe para ti mismo y para nosotros significa dar rienda suelta a tu máximo potencial.

En este resumen del Manifiesto para los héroes de cada día de Robin Sharma, compartiré contigo consejos sorprendentemente fáciles de aplicar y te llevaré a través de algunas técnicas probadas que puedes usar en tu propia vida para llevar a tu héroe interior al frente. No se trata de un arma secreta, sino que verás cómo cambios sencillos en la vida pueden cosechar enormes recompensas.

Cada uno de nosotros puede convertirse en un héroe de todos los días a través de un trabajo arduo e intencional.

Héroe: es una palabra que se utiliza mucho.

Leemos sobre héroes que corren a edificios en llamas para rescatar a otros o sobre los que aterrizan aviones en las peores condiciones. Héroes como Mahatma Gandhi o Batman, que se enfrentan a los opresores, mientras que otros superan las dificultades para llegar a alturas vertiginosas en el deporte, la música y las artes.

Pero un héroe no siempre tiene que ser ruidoso y público. Dentro de cada uno de nosotros hay una fuerza heroica. Cualquiera que se esfuerce constantemente por vivir su vida con belleza, honor, autoestima, alegría, valentía y creatividad puede aspirar al título de un héroe de todos los días. Es un objetivo alcanzable para cualquiera que esté dispuesto a trabajar para conseguirlo.

Por ejemplo, el autor. A los 30 años decidió que quería vivir su vida de una forma mejor, más rica y con más sentido, así que se propuso enseñarse a sí mismo cómo hacerlo. Todos los días se levantaba temprano, mientras su familia dormía, y estudiaba formas de mejorar su productividad, confianza y felicidad. Asistió a conferencias, contrató a entrenadores y trabajó con expertos hasta que, tres años después, se sintió transformado. Escribió un libro para compartir su viaje, titulado *El monje que vendió su Ferrari*.

Sólo había un problema. No sabía nada sobre publicaciones. Su madre, profesora, editó el libro, y su padre, médico de familia, lo llevó a la imprenta para, bueno, imprimir los primeros ejemplares. Las copias eran difíciles de leer. Los editores le desanimaron. Casi nadie acudió a su primera lectura. Sin embargo, él persistió, con su confianza en sí mismo por encima de todo el desánimo externo.

Y entonces, un día, cuando estaba en su librería local firmando los seis ejemplares de su libro que había dado al dueño de la tienda en consignación, un hombre se le

acercó, curioso por el título de su libro. Robin le informó con entusiasmo y aprovechó la ocasión para transmitirle todo su entusiasmo, sus esperanzas y sus sueños sobre el libro y su mensaje.

La suerte quiso que aquel hombre fuera el presidente del gigante editorial Harper Collins. El resto, para quien conozca el éxito de ventas de *El monje que vendió su Ferrari*, es historia.

¿La moraleja de la historia?

La primera es que la capacidad de realizar un gran trabajo está en todos nosotros, y es nuestro trabajo e incluso nuestro deber encontrarla, pulirla y dejarla brillar. La segunda es que un acto de heroísmo requiere una confianza en sí mismo y un compromiso con la excelencia que no se puede negar. Y, por último, puede que las cosas tarden en funcionar, pero si te enfocas en tu viaje de la manera correcta, llegarás a tu destino.

La primera lección para convertirte en el héroe cotidiano de tu vida? No esperes. “La acción retrasada es la grandeza traicionada”, es un refrán que le gusta citar a Robin.

A través de simples cambios en la forma en que piensas y actúas, puedes prepararte para un trabajo heroico.

Todo esto puede sonar maravillosamente inspirador, pero ¿cómo, te preguntarás, puedes llegar a ser realmente heroico? Es fácil sentirse atrapado por las limitaciones de las expectativas familiares o la necesidad de pagar las cuentas de todos los meses. Es fácil alejar esa voz en tu cabeza que te susurra que puedes hacerlo mucho mejor y llegar más alto gritándole que no es el momento.

Robin no se limita a inspirar: tiene consejos prácticos y planes paso a paso para ayudarte a pasar de una existencia monótona a otra que irradia alegría y promesa. Empecemos con sus cinco sugerencias para pasar de víctima a héroe.

El primer cambio es pasar de no poder a poder. De no puedo, a si puedo! Y la clave es simplemente decirlo. Las palabras son poderosas. Las palabras que te dices a ti mismo bañan tu cerebro con los sentimientos y las vibraciones que incitan. Empieza cada mañana con palabras positivas e inspiradoras para ti mismo. Aquí tienes una sugerencia de Robin que puedes utilizar hasta que se te ocurra una propia: “Estoy muy agradecido por el día que me espera y por todas sus bellezas, alegrías y emociones”.

¿Y si empiezas así, pero luego tu mente se desvía hacia el resentimiento, la preocupación o cualquier otro pensamiento negativo? Cuando esto ocurra y la negatividad se entrometa, susurra: “No iremos por ahí”. Puede sonar simplista, pero hazlo con frecuencia y empezarás a

escucharte a ti mismo.

El segundo cambio es pasar de las excusas a los resultados. Hay cien razones por las que no puedes lograr algo y sólo una razón verdadera por la que puedes hacerlo: ¡porque debes hacerlo! No dejes que los detractores te depriman.

Puede que el rechazo y otras escenas duras de tu pasado sigan rondando ante tus ojos. Quizá un profesor que te dijo que nunca llegarías a nada. O un padre se preocupó en voz alta de que apuntabas demasiado alto. Todos tenemos aspectos de nuestro pasado que nos sirven de freno. Pero las personas con éxito activan el tercer cambio: en lugar de estar encadenados por el pasado, lo utilizan como combustible para los logros futuros.

Trabajar duro es clave, pero hay una diferencia entre estar ocupado y ser productivo. Hoy en día todo el mundo está ocupado. Analiza detenidamente en qué estás ocupado. ¿Estás ocupado en el trabajo duro de construir la excelencia y perfeccionar tus habilidades o arte? ¿O estás ocupado en las redes sociales, socializando o comprando? El cuarto cambio para convertirse en un héroe cotidiano es pasar de estar ocupado a ser productivo.

Y el quinto y último cambio es éste: No seas un tomador. Sé un dador. La importancia de la generosidad y de enriquecer a los demás a través de tu propio camino es un mensaje que reiteran constantemente los mentores de Robin. El mensaje es el mismo: sé amable. Sé humilde.

Prepara tu mente, cuerpo y entorno para que las condiciones sean óptimas y te conviertas en tu mejor versión.

La energía de la que te rodeas impregna tu mente y tu corazón y afecta a la trayectoria de tu vida y tu carrera. ¿Con quién hablas cada día? ¿A qué personas influyentes sigues en las redes sociales? ¿Qué lees, ves y escuchas? ¿Qué comes? ¿Cómo te mueves? Todo lo que tomas desempeña un papel. Robin llama a esto el principio IPOP: "Input Positivity and you'll Output Positivity (Positividad de entrada es positividad de salida). Es importante crear y cuidar tu entorno para proteger tus sueños e inspiraciones. Esta mentalidad se extiende a lo que Robin llama mantener su "Trinidad de la Vitalidad Radiante". La trinidad está formada por el ejercicio, la nutrición y el descanso. Puedes empezar la primera parte de esta trinidad por la mañana con un entrenamiento vigoroso y sudoroso para liberar dopamina y aumentar la inspiración. Esto también permite generar nuevas células cerebrales y reparar las viejas y ayuda a alcanzar la máxima concentración. Después, a primera hora de la tarde, haz otra sesión de ejercicio físico, aunque sólo sea un paseo. Puntos extra si es al aire libre, en la naturaleza. Añade ejercicios con pesas y estiramientos. La segunda parte de la trinidad es la nutrición.

Probablemente todos conozcamos ya lo básico, que la comida es mejor cuando es fresca y no procesada. Por desgracia, eso no es suficiente. Gracias al agotamiento de nuestro suelo, los alimentos de hoy no son tan nutritivos como los que se cultivaban en la tierra hace incluso una década. Por eso es importante complementar. Para proporcionar a tu cuerpo un plan de nutrición personalizado de la forma más eficaz, Robin sugiere que te hagas un análisis de tu genoma. El ayuno también ayuda. Reducir la ingesta de calorías, aunque sea un par de veces a la semana, ayuda a tu cuerpo a limpiar las células viejas y dañadas, y te dará más energía.

La tercera parte de la trinidad podría ser la más divertida: la recuperación o el descanso.

La mayor parte de la mano de obra actual está formada por trabajadores cognitivos, a los que se les paga por sus pensamientos e invenciones en lugar de por trabajar ocho horas al día en una fábrica. Para ser el trabajador cognitivo más eficaz, es mejor concentrarse intensamente y profundizar durante un corto periodo de tiempo y utilizar el resto del día para descansar y volver a concentrarse. Esto puede ser diferente para cada persona, y depende de lo que te ayude a conseguir tu mejor flujo de trabajo, ya sea una larga siesta por la tarde, pasar una noche en el sofá sumergido en las páginas de un buen libro, disfrutar de una comida gourmet o viajar a una nueva ciudad. Pasar un fin de semana paseando por la playa puede parecer un capricho, pero es importante programar la recuperación a menudo para proteger tu productividad..

En resumen, todos tenemos la capacidad de convertirnos en nuestros propios héroes: versiones mejores, más enfocadas, productivas y más felices y realizadas de nosotros mismos. Podemos hacer esto prestando atención a lo que consumimos, pensamos, a lo que nos exponemos y cómo pensamos y actuamos. Al curar nuestro entorno y proteger nuestra productividad, podemos recuperar el control y llevar nuestras propias vidas a la victoria.

Y aquí hay otro consejo importante

Escribe citas inspiradoras.

A Robin Sharma le encantan las citas y los dichos que le hacen pensar o reconocer una verdad interna y universal. Como las palabras importan, es importante rodearse de las buenas. Cada vez que veas o escuches una cita o un dicho que te inspire o te hable, escríbelo y tenlo a la mano para consultarlo a diario. Vive inspirado.

Espero que el resumen de este hermoso libro te haya motivado a que puedes, en efecto, ser una héroe de todos los días en la vida de las personas importantes que te rodean, Y mas aun, en tu vida.



ALTADUNA
Condominio

TERRENOS EN PRE-VENTA !

EL CONDOMINIO CONTARÁ CON:

- Amplio Pórtico de Ingreso
- Cerco Perimétrico
- Caseta de Vigilancia
- Pistas y Veredas
- Calles Amplias
- Cableado Eléctrico Subterráneo
- Pozo Propio
- Club House
- Piscina
- Cancha Multi deportiva
- Cancha de Tenis
- Ciclovía
- Zona de Parrillas
- Zona de Fogatas
- Zona Para Juego de Niños
- Zona Para Ejercitarte
- Mas de 7,000 m² en Áreas Verdes



Informes:




934 140 471



**RAÚL
SALGADO**

www.salgadoyasociados.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.

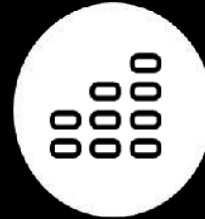
Construye su estrategia sobre estas bases y asegura una ejecución impecable, con enfoque en las ventas y fidelización del cliente. Esta ejecución se asegura con una cultura poderosa.



Asesoramiento
empresarial



Investigación
de mercado



Elaboración de
instrumentos

**NUESTROS
SERVICIOS**

DINERO FIAT

¿QUÉ ES Y COMO ES RESPALDADO EN EL MUNDO?

Leo Guerra

Especialista en Finanzas



En los tiempos antiguos el comercio se inició mediante el TRUEQUE, que básicamente era el intercambio de bienes que tenían y no necesitaban por otros que necesitaban, pero no tenían; por ejemplo, huevos por sandalias, pero tenía la desventaja cuantitativa, ¿por cuantos huevos debería cambiar si necesito un caballo?

Entre los siglos VII y V antes de Cristo aparecen las primeras acuñaciones de moneda que era aceptadas por el metal que contenían y por el peso de las mismas (oro y plata principalmente por su escases en la época), la desventaja: era incómodo y poco práctico llevarlo consigo en grandes cantidades.

Para solucionar esto nacieron los bancos, lugares donde se depositaban el oro y la plata y a cambio se entregaban “trozos de papel” (cartas de crédito, letras de cambio y pagarés) ya no se tenía que llevar grandes cargas ni volúmenes, sino un simple papel que tenía el dinero que necesitaban. Podrían ir a cualquier lugar donde existiera una sucursal y cambiarlo por el oro o plata que indica el comprobante, a este se le llamo dinero FIDUCIARIO.

Entre los siglos VII y V antes de Cristo aparecen las primeras acuñaciones de monedas.

Y EL DINERO FIAT ?

El dinero Fiduciario también tenía una desventaja y es que su valor dependía de las reservas de oro del banco que lo emitió.

Entonces, si un estado emitía moneda respaldada en oro era posible que desde el extranjero se exija la entrega de ese oro por esa emisión, esto empobrecería las reservas del banco emisor.

El dinero FIAT es dinero que no tiene valor por sí mismo y que tampoco está respaldado por reservas de metales preciosos de su emisor, su valor existe porque la Ley dice que tiene ese valor y su aceptación como medio de pago.

Con el dinero FIAT el banco emisor ya no tiene que entregar oro a cambio de sus billetes y la cotización de la moneda no depende del valor de ese oro.

Con el dinero FIAT el banco emisor ya no tiene que entregar oro a cambio de sus billetes y la cotización de la moneda no depende del valor de ese oro.

Por esto la mayoría fueron adoptando este sistema durante el siglo XX, convirtiéndose en universal cuando el Dólar estadounidense abandono el Patrón Oro en 1971, actualmente ya no existe dinero fiduciario, todo es dinero FIAT.

Aunque el dinero FIAT no este respaldado por reservas, técnicamente podríamos decir que está respaldado por la economía del país que lo emite.

Por otro lado, actualmente en el mundo existen 165 monedas en uso oficial, pero solo 11 son divisas convertibles aceptadas universalmente y que cotizan en el mercado de divisas; el resto las no convertibles se usan internamente en el país emisor, pero para ser usadas fuera deben ser cambiadas por una divisa convertible.

Ahora... ¿qué opinas sobre el dinero FIAT?



VALORES CORPORATIVOS

EL SOPORTE IMPRESCINDIBLE DE LA ESTRATEGIA

Renzzo J. Polanco

Consultor en branding en Blackbrain Studio



Advertencia: Si elegiste tus valores de marca porque sonaban bonito, este artículo quizá no suene tan bonito.

Cuando la cantautora, actriz y empresaria Gloria Trevi recitaba “A quien le importa lo que yo haga” claramente no se refería a las empresas.

No me malentiendas, la esencia y autenticidad de tu marca son importantes y deben estar claramente definidas en la construcción de ¿Quién eres? (Identidad de marca), pero no gestarás ninguna relación duradera con las personas si lo que dices ser se queda en el papel o, lo que es peor, no es coherente con ¿Cómo eres? (Imagen de marca). Al final de día, si termina importando lo que haces.

Por eso, Jeff Bezos decía “Tu marca es lo que dicen de ti cuando no estás”. No importa lo fantástico que digas que eres, todo se reduce a la PERCEPCIÓN que generas.

La percepción que generan las empresas, producto del contacto con sus clientes, permite que la marca desarrolle un significado que las personas almacenarán en su mente y en su corazón (razón y emoción en la decisión de compra) producto de las experiencias y el comportamiento vivido.

La marca tiene el poder de fortalecer este significado en cada punto de contacto con el cliente, no sólo desde la experiencia con el producto, sino también con la comunicación y el nivel de servicio. En definitiva, desde el desempeño integral de la empresa.

Ahí es donde entran en juego los Valores corporativos. Todas las empresas, dentro de la dirección estratégica van detrás de su Visión Corporativa, Sin embargo, al ser cualitativa requiere de ciertos indicadores que pudieran permitirnos ver cuan cerca estábamos de ella, así cobran relevancia los Objetivos Estratégicos.



Pero ¿son suficientes? Pat Summitt, entrenadora de baloncesto, le decía a su equipo “La actitud es una

elección. Lo que crees que puedes hacer, es muy probable que sea lo que logres”. El cumplimiento de objetivos requiere de ciertas directrices o rasgos de comportamiento de los colaboradores a los que llamamos Valores Corporativos.

Sin embargo, con el paso del tiempo estos Valores han caído a un terreno abstracto y subjetivo de palabras atractivas pero vacías, siendo el comportamiento y desempeño de la marca un importante y concreto elemento de imagen.

Nada de lo que quieras llegar a ser (Visión) lo lograrás sin el cliente. Es por ello, que el verdadero valor de una marca radica en su poder de satisfacción y conexión con su consumidor. En ese sentido, es lógico considerar a los valores corporativos como pautas de comportamiento orientados a la satisfacción de tu público objetivo. Pero ¿cómo?

La satisfacción y el desempeño de una marca puede medirse a través de 5 dimensiones y en cada una de ellas podremos definir un rasgo de comportamiento para cumplirlas.

Atributos. Los clientes suelen clasificar en distintos niveles (alto, medio o bajo) los ingredientes que utilizan los bienes o herramientas que se emplean en la oferta de servicios. Así como también los beneficios o la promesa de valor que ofrece.

Percepción del desempeño. A través de él, los clientes valoran la consistencia del buen desempeño en el tiempo, la vida económica que se espera del producto, la facilidad de repararlo o renovarlo, prontitud, cortesía, utilidad y más.

Nivel de Servicio. Qué tan bien tu marca satisface los requerimientos del consumidor, la velocidad, capacidad de respuesta, amabilidad, en qué grado has interiorizado los intereses del cliente.

Estética. Los consumidores valoran el producto más allá de sus aspectos funcionales y consideran aspectos sensoriales o emocionales, como la forma en que un producto se ve y se siente.

Costo. El cliente contrasta todos los puntos anteriores que recibe de la empresa versus lo que debe dar para obtener el producto (Costo/Beneficio). El resultado, finalmente, determinará su fidelidad y satisfacción.



Satisfacción

Atributos

Valores asociados
Calidad
Experiencia
Innovación
Responsabilidad Social
Audacia
Entre otros.

Percepción

Valores asociados
Confianza
Profesionalismo
Escucha
Coherencia
Reciprocidad
Durabilidad
Entre otros.

Servicio

Valores asociados
Empatía
Cercanía
Calidez
Compromiso
Eficacia
Puntualidad
Pasión
Respeto
Entre otros.

Estética

Valores asociados
Libertad
Autenticidad
Trascendencia
Versatilidad
Funcionalidad
Personalización
Simpieza
Lealtad
Orgullo
entre otros.

Costo

Valores asociados
Generosidad
Justicia
Transparencia
Honestidad
Solidaridad
Entre otros.

De esta manera, logramos aterrizar y profesionalizar los valores corporativos de una marca. Sin embargo, el trabajo no queda ahí. Las marcas son creadas por personas y son ellas quienes deben interiorizar cada valor y teñir con ellos

cada acción y cada contacto con sus clientes. Al final, como dice Aristóteles: “somos lo que hacemos día a día. De modo que la excelencia no es un acto, sino un hábito”.

COMUNICACIÓN EXITOSA

APLICADA EN LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

Julio César Ortiz Rojas

Publicistas y Publicaciones.



Cientes, empleados, accionistas, proveedores, autoridades son múltiples los públicos objetivos o stakeholders con los que la empresa está obligada a comunicarse en su día a día. Cada uno de ellos tiene sus peculiaridades y cada uno de ellos exige hoy una relación transparente y honesta. La Comunicación empresarial ha sufrido una evolución vertiginosa en los últimos años y las empresas están obligadas a responder a la necesidad de pasar de la información unidireccional al diálogo y a la conversación con los diferentes interlocutores.

Hoy los emprendimientos y empresas cuentan con nuevos canales como son los medios online y las redes sociales y afrontan el reto de comunicarse más eficazmente. El equipo de Estudio de Comunicación, firma líder de comunicación empresarial fundada en 1983, cuenta con una gran experiencia en la planificación y gestión de la comunicación de todo tipo de empresas. Los más de 150 profesionales de las oficinas que tiene la Firma en nuestro país, España, México, Portugal, Argentina, Chile y otros países han trabajado para más de 2.000 clientes y esto les ha permitido acumular una experiencia enriquecedora.

La Comunicación ha sufrido una evolución vertiginosa en los últimos años y las empresas están obligadas a responder

Existen muchas ideas para una Comunicación empresarial de éxito. Una de ellas es que por cada año de vida de Estudio de Comunicación posibilite realizar un catálogo de consejos que serán muy útiles para los directivos y empresarios que se enfrenten al apasionante mundo de la Comunicación empresarial.

Las ventajas de las redes sociales son indudables y sus efectos en el desarrollo del negocio, de la cohesión interna y creación de un espacio más colaborativo.

Cada empresa debe hacer un análisis previo antes de decidir si implanta una red social o no: ha de evaluar el valor que una herramienta específica aporta a su negocio, si es útil y necesaria para los empleados, determinar el grado de madurez social de la organización y si la herramienta en cuestión se integra o adecúa a la cultura de la organización.

Vincular la comunicación con la estrategia es muy importante y los canales mencionados permiten alcanzar este importante objetivo.

Vincular la comunicación con la estrategia es muy importante y los canales mencionados permiten alcanzar este importante objetivo. La misión y visión empresarial deben ser transmitidas a nuestros clientes internos de tal manera que pueda interiorizarse y mantener el enfoque organizacional.

En el caso de los clientes externos debemos transmitir y trascender nuestra esencia. Un gran trabajo es el que ha logrado Coca Cola, la felicidad como eje de comunicación empresarial ha alcanzado el objetivo buscado. La comunicación nace desde la web donde se presenta como corporación hasta los spots publicitarios que emite permanentemente.

Para ser eficiente y no desperdiciar recursos económicos, debe identificar los medios de comunicación de mayor impacto en cada tipo de cliente y preparar un plan de comunicación sostenido, integrado y potente. Luego debe preocuparse en preparar un contenido basado en las características de su segmento, de tal manera que pueda tocarle el corazón.



E-COMMERCE

EL IMPACTO DEL INTERNET EN LAS VENTAS

Adrian Klinar

Especialista en gestión de ventas



Hoy en día el internet se ha vuelto una herramienta con la cual el ser humano convive la mayor parte del tiempo, es completamente útil entender este canal para conectar con nuestros clientes.

Así como en las grandes organizaciones, donde es habitual su uso, para las medianas y pequeñas empresas el internet les permite crear estrategias de comunicación sólidas y estar mucho más cerca de sus clientes. Crear una web, estar en redes sociales, entre otras cosas, generará un impacto que puede determinar en gran medida el éxito de un negocio.

CLAVES PARA LOGRAR UN E-COMMERCE EXITOSO

Tenemos que tener en cuenta que día a día salen nuevas herramientas electrónicas que facilitan el uso de estos canales. Por eso, es muy importante tener en claro cuáles son las claves para mantenernos al margen del éxito y cierre de nuestras ventas.

• Experiencia del usuario

A la hora de ingresar al perfil o página web, el usuario debe obtener una gran experiencia, de manera que el sitio sea fácil y cómodo de navegar. Este debe contar con un diseño atractivo que llame la atención de los usuarios, y que los mismos puedan acceder fácilmente al catálogo de productos que se ofrecen a la venta. Para ello, estos últimos tienen que presentarse de manera ordenada, y tienen que ir acompañados con la descripción de sus características y precios. Al mismo tiempo, los productos deben estar bien presentados, de modo que genere mayor interés en los posibles consumidores. Estudios de mercado sugieren que las imágenes y los videos son elementos clave para aumentar la conversión.

• Presencia en redes sociales

La presencia de la marca en las redes sociales es un pilar clave en el marketing actual. No solamente permite que la marca genere interés que apoye a los compradores en sus elecciones del producto o servicio, sino que además es un canal de aprendizaje de las expectativas de los clientes y de atención.

En las ventas es fundamental conocer a nuestros clientes para ofrecerles el producto ideal, mediante las redes sociales muchas veces podemos rescatar información sumamente importante de los gustos,

preferencias y orientaciones de nuestros clientes.

Esto nos permitirá crear un perfil en base a los datos recopilados y así saber que ofrecer y cómo hacerlo, pero un punto muy importante es que podemos comunicarnos con el de una manera más eficaz y entablar una conversación para así persuadirlo cerrando el trato.

• Logística y sistema de pagos

Para que un E-COMMERCE tenga éxito, el usuario debe obtener una buena experiencia en sus compras, para que el mismo considere la posibilidad de volver a comprar en el sitio con completa seguridad. Se trata de que los requerimientos en las entregas sean puntuales, y que los envíos de los productos sean operaciones rápidas y cómodas para este. Para eso, se necesita trabajar con canales de distribución eficientes que no tengan fallas en los tiempos y formas de los envíos. Al mismo tiempo, se recomienda ofrecer la mayor cantidad de medios de pago, para que cada usuario pueda pagar de la manera en que desee.

• Adaptación a distintos dispositivos

En la actualidad, las visitas a los sitios E-COMMERCE se hacen desde distintos dispositivos electrónicos, como PCs, tablets, o Smartphones. En el tema de redes sociales, no habría que preocuparse ya que las plataformas se actualizan automáticamente ya solo quedaría diseñarlas de una manera “amigable” para la experiencia del usuario, por el lado de los sitios web debe poder adaptarse a aquellos soportes, de manera que tenga visibilidad desde todo tipo de pantallas para un correcto desplazamiento y uso.

• Atención al cliente

Las empresas vinculadas al E-COMMERCE deben contar con una sección de contacto en caso de páginas web o de respuesta rápida en redes sociales, para que los usuarios puedan comunicarse con la empresa para realizar consultas o despejar cualquier duda. Esto implica ofrecer números de contacto, correos electrónicos o propiciar un chat para que los clientes se comuniquen cuando lo deseen. Esta opción ofrecerá sin dudas mayor seguridad a los posibles compradores de la tienda, aumentando la confianza en su decisión. ¡Te invito a ponerlas en práctica para lograr un E-COMMERCE de éxito!

-50%

-50%

SALE

SALE

-50%

SALE



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 IPvideotalk.



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 TECNOLOGIA EN
SEGURIDAD PERIMETRAL
Electrificadores / Aisladores / 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 CCCTV (CIRCUITO CERRADO DE TELEVISIÓN)
Videovigilancia IP & HDCVI / HD-TVI / Almacenamiento externo / Video portero / 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 peatonal, 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 / Radioenlaces
y accesorios.

HIKVISION

LINSEG

alhua

intelbras

GRANDSTREAM
CONNECT TO THE WORLD

SEAGATE

UBIQUITI
UNIVERSITY

MikroTik

ZKTeco

Mircom
Safer • Smarter • More Livable Buildings

Hagroy
Electronics

PARADOX

EVERSPRING

Informes:

www.ica-tecsecurity.com

928 953 459

ventas@ica-tecsecurity.com

956 023 875



NUESTROS SERVICIOS

- Asesoría contable
- Auditoría tributaria
- Declaraciones y pagos ante sunat
- Servicios administrativos
- Facturación



978718759



Muñante
& Asociados
Auditora contable

IDEAS DE NEGOCIO

CINCO NEGOCIOS ALTAMENTE RENTABLES PARA 2023

Juan Carlos Lima

Especialista en Emprendimiento



Estas son solo algunas de las ideas de negocios rentables para iniciar este 2023. Nunca olvides que la clave del éxito en cualquier negocio es la dedicación que le pongas para ofrecer un buen producto y un excelente servicio al cliente, esto hará que tus clientes regresen y recomienden tu producto o servicio. El 2023 llega con muchas ganas de seguir adelante, no pierdan la oportunidad de emprender en alguno de estos negocios en Perú

1. AGUA DE MESA O EMBOTELLADA.

Uno de los negocios más rentables que puedes iniciar en el Perú es el negocio del agua embotellada o agua de mesa.

Los hábitos hacia una alimentación más saludable están creciendo cada día; mientras que el consumo de gaseosas y bebidas azucaradas disminuye, el consumo de agua de mesa se incrementa cada año.

Este negocio consiste en vender agua de mesa en diferentes presentaciones como son de 20 litros, 7 litros y 1 litro, tus clientes pueden ser casas, tiendas, pequeños negocios, y empresas. Para iniciar con este negocio es necesario comprar o adquirir una planta purificadora de agua, un local donde instalaras la planta, los permisos necesarios y seguir los pasos para iniciar con tu planta embotelladora de agua.

2. TIENDA ONLINE O E-COMMERCE

Cada día es más común el uso del e-commerce o venta de productos online, y la pandemia ha hecho que sea uno de los negocios virtuales más rentables para los peruanos. Actualmente, casi cualquier producto puede ofrecerse en venta a través del internet.

Una de las formas más fácil para crear tu tienda online es usar herramientas como WordPress o Shopify que son muy fáciles de usar y configurar, puedes tener tu tienda online lista en unos minutos.

Si contamos con suficiente capital, se puede optar por la modalidad de Dropshipping. Se trata de un sistema de comercio electrónico, que consiste en ser intermediario entre el cliente y la empresa mayorista que ofrece los productos, lo cual minimiza los gastos de inversión, generando mayores ganancias de forma segura. Por lo tanto, este es uno de los mejores negocios con futuro en Perú en el 2023.

Puedes vender casi cualquier cosa por internet, desde

celulares y accesorios, computadoras, ropa, alimentos para mascotas, etc.

La clave de este negocio es un buscar un producto que muchas personas quieran y estén dispuestas a comprar por internet, podrías iniciar creando tu página de Facebook o Instagram, y ofrecer tus productos por estas redes sociales.

Si te interesa este negocio, puedes tener más información en: <https://www.grupolimaconsultoria.com>

3. VENTA DE PRODUCTOS PARA MASCOTAS

Actualmente, la mayoría de las personas cuentan con una mascota en sus hogares, sobre todo en América Latina, por lo tanto, ofrecer productos y servicios para mascotas es idea rentable como negocio para comenzar en Perú este 2022. Las mascotas se han convertido en miembros de la familia, por lo que muchos dueños buscan engreír a sus mascotas. En este nicho pueden ofrecer una gran variedad de productos y servicios tales como:

Juguetes y accesorios

Artículos para la higiene y cuidado de las mascotas

Alimentos para mascotas naturales.

Medicamentos especiales para tratar pulgas y enfermedades.

Servicio de peluquería y baño para mascotas

Entrenamiento de mascotas

Un ejemplo de emprendimiento es Barker, comida natural para perros que está creciendo mucho, ya que ofrece una alternativa más saludable para nuestras mascotas.

4. NEGOCIO DE NUTRICIÓN Y FITNESS

Este nicho va de la mano con el estilo fitness, considerada como una de las tendencias de negocios en Perú para el 2023. Cada día son más las personas que se preocupan de su estilo de vida y quieren seguir una dieta saludable.

Hoy en día muchas personas no tienen tiempo para preparar una comida saludable, una idea es el delivery de comida saludable a domicilio y oficina, podrías ofrecer planes de nutrición para que las personas cumplan sus objetivos nutricionales y también una asesoría personalizada.



En esta idea de negocio para iniciar en Perú este 2023, puedes considerar también, vender y distribuir productos que se utilizan en el mundo fitness, como: suplementos alimenticios, ropa y calzado para hacer deportes, accesorios como pesas, mancuernas, colchoneta, bancas, entre otros.

Es fundamental brindar una atención personalizada a tus clientes, esto ayudará a que se sientan más motivados y sigan comprando tu producto. La clave para que este negocio sea exitoso y se mantenga, es la buena atención y la comunicación con los clientes.

5. COMPRA DE ACCIONES

Cada vez más peruanos entran al mundo de la inversión en activos financieros, por ejemplo, compra y venta de acciones en las diferentes plataformas digitales. Esto puede generar una buena cantidad de ingresos si estas capacitado para invertir tu dinero correctamente. Lo bueno es que existen plataformas especializadas que se utilizan tanto por profesionales como por principiantes.

Actualmente existen muchas plataformas online seguras donde cualquier persona puede empezar a invertir comprando y vendiendo acciones como son Etoro y Roobinhood.

Si estas interesado en iniciar tu negocio de E-commerce:



TIP EMPRESA

DIRECTOR: Raul Salgado

EDITOR: Julio Ortiz

COLABORACION ESPECIAL:

- Doris Cayo
- Luis Puppi
- Carlos Preciado
- Alejandro Castro
- Leo Guerra
- Renzo J. Polanco
- Julio Ortiz
- Adrian Klinar
- Juan Carlos Lima

