

# TIP EMPRESA

LA REVISTA ESPECIALIZADA EN EL EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI  
Nº 19 Marzo 2023

## HERRAMIENTAS EMPRESARIALES

OPERACIONES  
COMUNICACIÓN  
COMERCIAL  
FINANZAS  
GDH

## CHIVA RUMBERA

EXITO EMPRESARIAL  
EN COLOMBIA

## WASIPUNKO

UNA EXPERIENCIA  
DE ÉXITO REGIONAL

## BUYER PERSONA

EL PERFIL IDEAL  
DEL CLIENTE

## COMUNICACIÓN INTERNA

CONEXIÓN Y CONFIANZA  
EN UNA EMPRESA

## GUIA SGSST PARA MYPES

LOS PASOS QUE  
DEBEMOS SEGUIR



**RAÚL**  
SALGADO



# EDITORIAL

En un mundo cada vez más competitivo, la innovación se ha convertido en una herramienta esencial para el éxito empresarial. Sin embargo, la innovación por sí sola no es suficiente para mantenerse a flote en un mercado saturado. La calidad del servicio que se ofrece es igualmente importante. De hecho, la innovación y el servicio están estrechamente relacionados y son igual de esenciales para el éxito empresarial.

Los negocios innovadores que ofrecen un servicio de alta calidad tienen una ventaja competitiva en el mercado. Un buen servicio puede diferenciar a una empresa innovadora de sus competidores, lo que puede ser especialmente importante para las nuevas empresas que buscan establecerse en un mercado establecido.

La calidad del servicio también es importante para fomentar la lealtad del cliente. Cuando un cliente experimenta un servicio excelente, es más probable que vuelva a hacer negocios con esa empresa en el futuro y que recomiende sus servicios a amigos y familiares. La lealtad del cliente es especialmente importante para los negocios innovadores, ya que la adquisición de nuevos clientes puede ser costosa.

Además, el servicio de alta calidad también puede ayudar a una empresa innovadora a mantenerse al día con las tendencias del mercado y las necesidades del cliente. Los clientes son cada vez más exigentes en cuanto a la calidad del servicio, y los negocios innovadores deben asegurarse de satisfacer estas demandas para mantenerse competitivos.

Otra razón por la que el servicio es importante para los negocios innovadores es que puede ayudar a resolver problemas. La innovación puede llevar a la introducción de nuevos productos y servicios, pero estos también pueden venir con problemas y desafíos inesperados. Una empresa innovadora que ofrece un servicio de alta calidad puede ser más capaz de responder rápidamente a estos desafíos y resolver los problemas que puedan surgir.

Por último, el servicio de alta calidad también puede mejorar la rentabilidad de una empresa innovadora. Al ofrecer un servicio de alta calidad, las empresas pueden diferenciarse de sus competidores y atraer a más clientes, lo que a su vez puede aumentar sus ingresos. Además, un buen servicio puede ayudar a reducir los costos al disminuir el número de devoluciones, quejas y reclamaciones.

El servicio es una parte esencial de cualquier negocio, y es especialmente importante para los negocios innovadores. Los negocios innovadores que ofrecen un servicio de alta calidad pueden diferenciarse de sus competidores, fomentar la lealtad del cliente, mantenerse al día con las tendencias del mercado y resolver problemas de manera efectiva. Además, el servicio de alta calidad puede mejorar la rentabilidad de una empresa innovadora al atraer más clientes y reducir los costos. Por lo tanto, las empresas innovadoras deben prestar tanta atención a la calidad del servicio como a la innovación para garantizar su éxito a largo plazo.



# CONTENIDOS

<b>BUYER PERSONA</b>	<b>06</b>
Un buyer persona es una representación ficticia de un cliente ideal que se basa en datos reales y en una investigación de mercado detallada.	
<b>REFLEXIONES PARA EMPRENDER</b>	<b>10</b>
Si estas a punto de emprender o ya tienes un emprendimiento y te encuentras en tus 20's este artículo es perfecto para ti.	
<b>WASIPUNKO</b>	<b>12</b>
Hoy le contamos la historia de Wasipunko, un reconocido alojamiento rural, que recibe a sus visitantes en su fundo de 10 has.	
<b>SOSTENIBILIDAD Y EMPRENDIMIENTO</b>	<b>14</b>
La sostenibilidad empresarial tomando mayor relevancia en los negocios, sin embargo, es vinculado únicamente con grandes empresas.	
<b>MINDFULNESS EN UN CONTEXTO LABORAL</b>	<b>16</b>
El mundo empresarial es uno de los entornos más exigentes y estresantes en los que podemos desenvolvernos, conoce como esta herramienta ayuda.	
<b>CHATGPT EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS</b>	<b>20</b>
Las nuevas tecnologías están cambiando el mundo de los negocios, veamos cual es el gran impacto de la inteligencia artificial (IA).	
<b>CHIVA RUMBERA</b>	<b>22</b>
Estas empresas ofrecen diferentes servicios que van desde una simple gira por la ciudad hasta un paquete completo que incluye bebidas y comidas.	
<b>GUÍA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SGSST EN PYMES</b>	<b>24</b>
Actualmente las empresas a nivel mundial adoptan estrategias que les permitan asegurar que su negocio sea sostenible y rentable.	
<b>COMUNICACIÓN INTERNA, CONEXIÓN Y CONFIANZA</b>	<b>26</b>
Según la encuesta realizada por Kreab España, el 98% de las empresas declaró que la comunicación interna es un factor estratégico.	
<b>TU PRIMER CAMPAÑA DE BÚSQUEDA EN GOOGLE ADS</b>	<b>30</b>
En una campaña de búsqueda en Google Ads, las palabras clave son fundamentales para atraer a los usuarios adecuados a tu sitio web.	

## EDICIONES ANTERIORES



# BUYER PERSONA

## EL PERFIL DEL CLIENTE POTENCIAL

Raúl Salgado

Consultor empresarial creador del Modelo “3E” de gestión del emprendimiento.



En un mundo cada vez más competitivo y digitalizado, es imprescindible que las empresas comprendan quiénes son sus clientes y qué necesidades tienen para poder ofrecerles productos y servicios que realmente les interesen. En este sentido, la creación de un buyer persona se ha convertido en una herramienta fundamental para el éxito de cualquier negocio.

¿Qué es un buyer persona?

Un buyer persona es una representación ficticia de un cliente ideal que se basa en datos reales y en una investigación de mercado detallada. Esta herramienta permite a las empresas entender quiénes son sus clientes potenciales, cuáles son sus necesidades y cómo pueden satisfacerlas. El objetivo final de la creación de un buyer persona es desarrollar una estrategia de marketing más efectiva y enfocada, que se adapte a las necesidades específicas de los clientes y aumente las posibilidades de conversión.

A diferencia de un público objetivo, que es un grupo más amplio de personas que comparten ciertas características demográficas, un buyer persona es una representación detallada de un individuo concreto, que incluye información como su edad, sexo, nivel de ingresos, intereses, problemas y necesidades específicas.

¿Por qué es importante crear un buyer persona?

La creación de un buyer persona es importante por varias razones. En primer lugar, permite a las empresas enfocarse en un grupo de clientes específicos y adaptar su mensaje y sus estrategias de marketing a las necesidades de ese grupo. Esto no solo aumenta las posibilidades de conversión, sino que también mejora la experiencia del cliente al sentirse escuchado y comprendido por la empresa.

En segundo lugar, la creación de un buyer persona ayuda a las empresas a identificar las áreas en las que pueden mejorar y diferenciarse de sus competidores. Al entender las necesidades y problemas específicos de sus clientes potenciales, las empresas pueden desarrollar productos y servicios que satisfagan esas

necesidades y solucionar esos problemas de manera más efectiva que sus competidores.

En tercer lugar, la creación de un buyer persona permite a las empresas ahorrar tiempo y recursos al enfocar sus esfuerzos en los clientes potenciales que son más propensos a convertirse en clientes reales. En lugar de tratar de llegar a un público amplio y no definido, las empresas pueden enfocarse en un grupo específico de clientes potenciales que tienen más probabilidades de estar interesados en sus productos o servicios.

**Un buyer persona es una representación ficticia de un cliente ideal que se basa en datos reales y en una investigación de mercado detallada.**

¿Cómo se puede crear un buyer persona efectivo?

Para crear un buyer persona efectivo, es necesario realizar una investigación de mercado detallada y recopilar datos sobre los clientes potenciales. A continuación, se presentan algunos pasos que pueden ayudar a crear un buyer persona eficaz:

Antes de comenzar la investigación de mercado, es importante tener claro qué se espera lograr con la creación del buyer persona. ¿Qué información se necesita para mejorar las estrategias de marketing? ¿Qué preguntas se espera responder? Al tener claridad en el objetivo, se puede enfocar la investigación en los datos más relevantes.

Una vez se tiene claro el objetivo del buyer persona, se debe llevar a cabo una investigación de mercado detallada para recopilar datos sobre los clientes potenciales. Esto puede incluir encuestas, entrevistas, análisis de datos de la industria y análisis de redes sociales. Es importante recopilar datos tanto

cuantitativos como cualitativos, para tener una visión completa del cliente ideal.

Una vez se tienen los datos recopilados, es importante identificarlos en la información. ¿Cuáles son los problemas comunes que enfrentan los clientes potenciales? ¿Qué características tienen en común? ¿Cómo se comportan en línea? Identificar estos patrones puede ayudar a crear un buyer persona más detallado y específico.

Con la información recopilada, se puede comenzar a crear el perfil del buyer persona. Este perfil debe incluir información demográfica, como edad, género, nivel de ingresos, pero también información más detallada, como intereses, problemas, necesidades y comportamientos en línea. Es importante crear un perfil detallado y realista, que refleje a un cliente potencial real.

Una vez se ha creado el perfil del buyer persona, es importante validar la información recopilada. Esto se puede hacer a través de la realización de entrevistas o encuestas adicionales, para asegurarse de que el perfil refleje con precisión a los clientes potenciales.

Utilizar el buyer persona en la estrategia de marketing: Una vez se ha creado y validado el perfil del buyer persona, es importante utilizar esta información en la estrategia de marketing. Esto puede incluir la adaptación del mensaje y la creatividad en las campañas de marketing, la selección de canales de marketing adecuados y la personalización de la experiencia del cliente en línea y fuera de línea.

Algunos ejemplos:

**Buyer persona de una empresa de alimentos:**  
Supongamos que eres una empresa que se dedica a producir alimentos orgánicos y sostenibles para consumidores conscientes de su salud y el medio ambiente. Tu buyer persona podría ser una mujer de entre 25 y 45 años, con un ingreso medio-alto, interesada en la alimentación saludable y el bienestar físico y mental. Esta persona podría estar involucrada en actividades de yoga y meditación, y estar interesada en comprar productos locales y sostenibles. Esta información te permitiría adaptar tu estrategia de marketing a través de canales relevantes como Instagram, donde podrías compartir contenido relacionado con el bienestar y la sostenibilidad, y

utilizar hashtags y publicidad para llegar a tu público objetivo.

**Buyer persona de una Industria de la moda:**  
Supongamos que eres una marca de ropa que ofrece prendas de alta calidad y diseño exclusivo a consumidores de alto poder adquisitivo. Tu buyer persona podría ser un hombre o una mujer entre los 25 y los 45 años, con un ingreso alto, interesado en la moda de alta gama y las últimas tendencias.

Esta persona podría ser influenciada por celebridades y bloggers de moda, y valoraría la exclusividad y la calidad en la moda. Esta información te permitiría adaptar tu estrategia de marketing a través de canales relevantes como Instagram y Twitter, donde podrías utilizar influencers y hashtags para llegar a tu público objetivo, y crear campañas publicitarias dirigidas a personas con un interés en la moda de alta gama.

El buyer persona está estrechamente relacionado con el lienzo de la propuesta de valor, ya que ambos se enfocan en comprender a los clientes y sus necesidades.

En el lienzo de la propuesta de valor, se describen los elementos clave que hacen que un producto o servicio sea atractivo para un cliente específico. Estos elementos incluyen la propuesta de valor, el segmento de mercado, los canales de distribución, las relaciones con los clientes, los ingresos y los costos.

El buyer persona se utiliza para desarrollar la sección de "segmento de mercado" en el lienzo de la propuesta de valor. Al comprender quiénes son los clientes ideales, sus necesidades y deseos, puedes diseñar una propuesta de valor que se adapte específicamente a ellos. Al conocer los puntos débiles y los puntos fuertes del buyer persona, se pueden crear productos y servicios que satisfagan sus necesidades y ofrezcan una experiencia satisfactoria.

El buyer persona es una herramienta importante para desarrollar un lienzo de la propuesta de valor efectivo, ya que permite comprender a los clientes y sus necesidades, y así diseñar productos y servicios que se adapten específicamente a ellos. Al conocer las preferencias del buyer persona, también se pueden desarrollar canales de distribución y relaciones con los clientes adecuados para ofrecer una experiencia satisfactoria y lograr el éxito en el mercado.



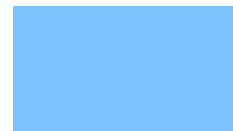


# REFLEXIONES PARA EMPRENDER

## CONSEJOS PARA JÓVENES EMPRENDEDORES

Alberto Foronda

CEO D'lizia



Si estas a punto de emprender o ya tienes un emprendimiento y te encuentras en tus 20's este artículo es perfecto para ti y lo menciono porque a pesar de que mucho se diga sobre el emprendimiento que es para cualquier edad, para quien tenga una idea de negocio y con muchas ganas de emprender, pues lamento informarte que las probabilidades de éxito van disminuyendo conforme avanza tu edad. Paso a explicarte de la forma más amable sin que se malinterprete el mensaje que quiero darte.

Algunas personas entre las que me incluyo tuvimos esa inquietud de hacer "un negocito" desde que éramos escolares como vender chupetes, chocotejas, refrescos; tal vez porque nuestros padres o parientes cercanos tenían negocio, tal vez por imitación a un amigo cercano que te invitó a realizar un negocito para financiar el costo de algún ocio (en mi caso fue el pinball de aquellos años 80's) o simplemente porque te nació el "bichito del negocio". Otras personas terminaron el colegio ante la falta de recursos para la universidad comenzaron a trabajar part-time, a comerciar algún producto. Otro grupo de personas ya en sus 20's decidieron emprender de mutuo propio terminados sus estudios profesionales. En todos estos casos los 20's son la edad de emprender más adecuada según mi experiencia, no sin antes advertirte que el emprendimiento no es para todas las personas.

En tus años adolescentes o entre los 20 y los 30 años, normalmente tienes mucho tiempo, energía y ganas de triunfar en la vida, casi no tienes experiencia en negocios pero a favor está que tu carga financiera personal me refiero al costo de mantener una vivienda, alimentación, estudios, transporte, es relativamente baja para la mayoría debido a que vives con tus padres o solo, y puedes emprender paralelamente a estudiar o trabajar por el tiempo disponible y con pocas obligaciones. Es la edad para "fallar", para hacer "prueba y error" pero sobre todo para aprender. No necesitas ganar mucho dinero, es más hasta puedes darte el lujo de fracasar y volver a la carga de nuevo porque posees casi nada, todo se convierte en aprendizaje, es el momento de cometer los errores que cuando seas empresario te pueden llevar a la quiebra. A esta edad casi nunca tienes mucho que perder, recién comienzas en la vida y es seguro que tus bolsillos están vacíos.

Tal vez lo que más te ayuda a ser audaz y arriesgado para los negocios en esta edad, es que no tienes una obligación financiera ya que los bancos no te prestan dinero, no tienes ni auto propio ni una carga familiar como un hijo. En esta edad te formarás un panorama general de lo que es emprender y aprenderás la lección más grande para el futuro: Saber vender.

Ten en mente siempre que si no eres un vendedor nato y no aprendes las habilidades requeridas para vender tu idea de negocios en su momento, entonces el emprendimiento quizás no sea para ti.

Luego vienen los 30's ya adulto joven profesional, con algo de experiencia, con la novia, el auto, el depe, la ropa de marca, los viajes y casi seguro el matrimonio e hijos. Allí comienza la carga financiera como la deuda de la tarjeta de crédito, el préstamo hipotecario, la crianza de los hijos, etc. En esta edad debido a dichas obligaciones te vuelves más cauto, menos arriesgado, vas por la vía segura, probablemente prefieras un trabajo fijo a un negocio en ciernes. Tus ganas de emprender y las probabilidades de éxito bajan drásticamente si es que no tienes todavía un emprendimiento rentable.

En este punto debemos diferenciar si eres verdaderamente un emprendedor lo que está determinado por la cantidad de horas que le dedicas a tu negocio. Es decir, si ya tienes un negocio que ocupa la mayor parte de tu tiempo, felicidades eres un emprendedor y en estos años irás consolidando tu negocio. Si por el contrario tienes un trabajo de 8 horas y el resto del tiempo sobrante lo dedicas a tu negocio, todavía no eres un emprendedor y el riesgo de quebrar es muy alto. Un error muy común que he visto en este tipo de emprendedores, es que trabajan duro para una empresa y el dinero que ganan lo "invierten" en un negocio que un empleado suyo lo administra y él lo supervisa por cámaras de video con la esperanza de controlar todo a distancia. Lamento decirte que esa estrategia casi nunca funciona, es una pérdida de dinero y tiempo que a las finales te frustra como emprendedor.

A los 40's, las probabilidades de emprender exitosamente son muy bajas, salvo que dispongas recursos ilimitados por una herencia, por ejemplo. Estos años para los emprendedores son los mejores,



porque están en vías de expansión ampliando el negocio en sucursales y generando mayores flujos de caja. Ya tienen una marca o identificación en los consumidores y por ello ya no busca al banco, es el banco quien los busca a ellos para prestarle dinero a condiciones muy favorables porque saben que ahora eres un negocio confiable, cumplido, pero sobre todo que no tu negocio no va a quebrar.

A los 50's el negocio ya debe estar consolidado y ser una empresa mediana o grande dando trabajo a mucha gente y por supuesto gozas de los frutos del negocio. El éxito ha llegado, lo lograste!!!

Finalmente, no quiero terminar sin dar algunas reflexiones para aquellos que quieren emprender como forma de vida:

1. Lo primero es reconocernos como emprendedores de tiempo completo. No importa el tamaño al inicio. Lo que importa es el tiempo que le dediques.
2. El ser emprendedor se aprende en la calle, no hay

universidad que te enseñe a manejar un negocio.

3. Mide el tamaño de negocio que puedes manejar, no te vayas a ahogar en él.
4. Nunca encargues tu negocio a otra persona, tu empresa es tu obligación.
5. Rompe esquemas, trasgrede normas, busca nuevas formas de hacer tu trabajo, diferénciate.
6. Especialízate en algo que sepas hacer bien, no diversifiques antes de tiempo.
7. Si sientes que te falta conocimiento o experiencia, busca un mentor de tu rubro, no temas pedir ayuda o consejo, te puede ahorrar un fracaso.
8. El emprendedor asume, nunca le echa la culpa a otros. Se cae, vuelve a pararse y sigue adelante.
9. El cliente siempre será lo primero, aprende de él, no le des tu atención a la competencia, perderás tiempo.
10. Dedica tiempo a tus colaboradores, son como tus hijos, siempre se cometerán errores. Hoy pudo ser un mal día, pero mañana puede ser grandioso.

# WASIPUNKO

## UN EMPRENDIMIENTO FAMILIAR CON MUCHA HISTORIA

Alan Watkin

CEO Wasipunko



“Bartolomé Martín Sejuro Ibarra (1910-1991) nasqueño, mi padre, mandó construir nuestra casa cerca de un centro ceremonial de los antiguos gentiles, bajo la premisa de proteger sus ofrendas. Y yo Olivia, su hija he querido transmitir mediante esta magia ancestral convirtiendo la ranchería original del fundo en lo que ahora es Wasipunko. Wasipunko puede ser distinguida por formar parte de un selecto grupo de peruanos que están tratando de rescatar la gastronomía tradicional y sus festividades culturales de Nasca. Wasipunko ofrece a los que nos visitan la oportunidad de viajar en el espacio y el tiempo, gracias a su histórica casa – huerta construida hacia finales de 1950.”

Es así como empieza nuestra historia en Wasipunko, ahora es un reconocido alojamiento rural, que recibe a sus visitantes en su fundo de 10 has donde el principal cultivo es la uva Quebranta, al sur de la ciudad de Nasca. Caracterizado por el Agro/enoturismo.

La aventura empezó a finales de los 80, cuando mi madre Olivia Sejuro, era profesora de arte del colegio Franco Peruano en Lima y llevaba a los alumnos a disfrutar de lo que ella denominaba la semana verde a Wasipunko. Ya con el devenir de los años se empieza a hacer conocido el alojamiento por amigos y familiares, es decir, aprovechamos la publicidad “boca a boca”, para que los visitantes llegaran a Wasipunko.

Una fortaleza que nosotros aprovechamos fue el de no modificar la arquitectura y/o construcciones originales del fundo, específicamente la ranchería del fundo, que sirvió de base para seguir construyendo más habitaciones bajo ese mismo concepto, de las casas rurales de la costa; adobe, madera, techos de caña, esteras y torta de barro encima (como se le denomina hasta ahora). Pero para darle el confort básico se incluyeron baños a las habitaciones y agua caliente (mediante calentadores solares) para las duchas. Ahora contamos con 14 habitaciones bajo el mismo concepto. A esto se decidió no incluir televisores ni en las habitaciones ni en espacios comunes, porque nuestro concepto de venta del alojamiento es de “desconectarte” de lo cotidiano. Solo escuchar, pero también disfrutar del campo y sus alrededores.

Wasipunko se alineó muy rápidamente al concepto del reciclaje, actualmente podrán observar botellas de

vidrio de diversos colores en pisos, techos y ventanas, por ejemplo. También aprovechamos los puntos de reciclaje que ahora hay en Nasca para entregar plásticos, latas y demás materiales que pueden reciclarse.

Se decidió darle énfasis a la naturaleza, conservando la mayoría de los árboles que allí crecieron de forma natural, especialmente al Huarango especie emblemática de nuestra región, y que ahora sirven de refugio para muchas especies de aves.

WASIPUNKO  
NASCA  
...sus paredes de adobe tienen historia

Este concepto de alojamiento rural lo empezamos a llamar; Agroturismo, por lo que fuimos pioneros en ofrecer este tipo de servicio en la región de Ica. Sumamos a este concepto la gastronomía tradicional; la Pachamanka, cocina oriunda de nuestras zonas altoandinas que Wasipunko ofrece con la tradicional ceremonia del pago a la tierra o Pachamama.

Como parte de su estrategia de marketing, Wasipunko, empezó a utilizar las redes sociales para publicitar sus servicios y promociones; Instagram, Facebook, WA business y una web con información [www.wasipunko.com](http://www.wasipunko.com). Nos dio resultados inmediatos, estamos seguros de que la inversión en este tipo de herramientas es muy rentable para la empresa. Da la posibilidad de presentarse en diversos medios de forma directa, también es una plataforma para lanzar videos, entrevistas, reportajes, etc. Canal directo al público objetivo que la empresa quiere llegar. Como el programa “Y tú qué planes” de PROMPERU del cual somos socios.

Otra de las acciones que decidió la empresa es no dejar de pertenecer a gremios empresariales; Cámara de Turismo de Nasca y ahora a la Cámara de comercio, industria y turismo de Ica, que son medios directos a entidades gubernamentales, instituciones, asociaciones, entre otros. Que permite a la empresa canalizar algunas exigencias que solo como empresa sería muy difícil.

Los esperamos en Wasipunko.....



# SOSTENIBILIDAD

## Y SU INCORPORACIÓN EN EL EMPRENDIMIENTO

Zaida Gallegos

Entrepreneurship & Supply chain specialist



No es un secreto que la sostenibilidad empresarial cada día va tomando mayor relevancia en los negocios, sin embargo, cuando se escucha mencionar dicho termino usualmente es vinculado como acciones realizables únicamente por grandes empresas dado que estas pueden destinar parte de su presupuesto hacia actividades que ayuden a mitigar los impactos y trabajar en las expectativas de sus stakeholders.

El motivo principal de esta relación es porque las grandes empresas cuentan con estabilidad y ganancias, siendo así, pueden destinar parte del dinero para reinversión, repartición y sostenibilidad, mientras que, los nuevos emprendimientos o emprendedores, ocupan el 100% en la reinversión esperando retirar ganancias en un mediano plazo.

En el Peru existen iniciativas como la asociación sin fines de lucro: Peru Sostenible (antes Peru 2021) el cual tiene como propósito promover el desarrollo sostenible en el país teniendo como protagonistas a las empresas, asimismo se encuentra alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), sin embargo, cuando se consulta la red de empresas vinculadas a esta asociación se evidencia que todas ellas son grandes empresas reconocidas en su rubro, esto de cierto modo puede hacernos creer lo señalado en el párrafo primero.

Lo cierto es que no se requiere de un gran presupuesto para dar los primeros pasos hacia la sostenibilidad, acciones pequeñas como reciclaje, reducción de energía, reducción en el uso de papel, utilización de vehículos no motorizados, entre otros pueden ser grandes contribuciones hacia el camino que perseguimos como país. Visto desde otro aspecto, incluso puede ayudar a nuestros emprendimientos a generar inversión, ¿Cómo es eso posible?

Recientemente fue invitada a participar como evaluadora externa de un concurso nacional que busca financiar a empresas emprendedoras que persiguen la digitalización, grata fue mi sorpresa cuando revise que dentro de las bases se había incorporado como

un factor a evaluar la sostenibilidad ambiental, mitigación y/o adaptación al cambio climático, de esta manera se podía obtener el máximo puntaje si la empresa concursante era una Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (BIC) o caso contrario, obtener algunos puntos si se evidenciaba iniciativas acordes con el enunciado.

**Lo cierto es que no se requiere de un gran presupuesto para dar los primeros pasos hacia la sostenibilidad, acciones pequeñas como reciclaje, reducción de energía, entre otros pueden ser grandes contribuciones**

Qué es ser una sociedad BIC?

Significa tener un triple impacto con un propósito económico, social y ambiental de manera voluntaria, asimismo pueden asociarse empresas de sociedad anónima (SAA & SAC) y empresas de sociedad comercial de responsabilidad limitada (SRL) que ya estén constituidas o que estén por constituirse.

De una u otra forma la sostenibilidad esta presente en nuestro crecimiento como compañía, de esta manera, la invitacion hoy en dia es ir involucrando paulatinamente estos conceptos dentro de los procesos actuales de la empresa. Hemos podido validar que no necesariamente se requiere de un gran presupuesto sino mas bien de la conviccion por desarrollar iniciativas logrables y de alcance general, los motivos intrinsecos que pueda mover a cada empresa seran independientes, sin embargo lo cierto es que al margen de la motivacion interna, el beneficio hacia la sociedad sera uno solo.



# MINDFULNESS

## EN UN CONTEXTO LABORAL

Alejandro Castro Mendivil

Educador y coach ejecutivo



El mundo empresarial es uno de los entornos más exigentes y estresantes en los que podemos desenvolvernos. Las empresas y organizaciones están constantemente luchando por alcanzar el éxito y la competitividad, y los empleados deben trabajar duro para ayudar a lograr estos objetivos. Sin embargo, esto a menudo puede ser agotador y estresante. El estrés y la ansiedad pueden afectar no solo la calidad del trabajo que realizamos, sino también nuestra salud física y mental.

Sumado a esto, el contexto político y social con el que actualmente vivimos puede afectar seriamente nuestra salud si no aprendemos a encontrar una suerte de paz en la tormenta. Un momento del día donde podemos aprovechar para centrarnos, respirar y encontrar la calma.

Es por eso por lo que cada vez más personas están recurriendo al mindfulness para encontrar la paz y la tranquilidad que necesitan para lidiar con la presión. El mindfulness es una práctica de atención plena que nos permite estar presentes en el momento y centrarnos en el aquí y ahora. Es una técnica que nos ayuda a controlar nuestra mente y nuestras emociones para que podamos tomar decisiones más informadas y actuar de manera más efectiva.

El mindfulness es una herramienta valiosa para aquellos que buscan un mayor equilibrio entre su vida personal y profesional. En este artículo, discutiremos algunas de las formas en que se puede aplicar el mindfulness en un contexto laboral.

### 1. Comienza el día con una práctica de mindfulness

La mejor manera de comenzar un día de trabajo es con una práctica de mindfulness. Puede ser tan simple como sentarse en silencio durante cinco minutos y concentrarse en la respiración. También puede incluir una meditación guiada o cualquier otra técnica de mindfulness que prefieras. Al comenzar el día con una práctica de mindfulness, estarás preparando tu mente para enfrentar los desafíos que puedan surgir.

### 2. Haz una lista de tareas con conciencia plena

Una de las formas más efectivas de aplicar el mindfulness en el trabajo es hacer una lista de tareas con conciencia plena. En lugar de simplemente hacer una lista de tareas sin pensar en ellas, tómate unos minutos para pensar en cada tarea y en cómo contribuye a tus objetivos más amplios. Piensa en

cómo te sentirás cuando hayas terminado cada tarea. Al hacerlo, estarás más consciente de tu trabajo y te sentirás más motivado para completar las tareas con éxito.

### 3. Dedica tiempo a la reflexión y la revisión

Otra forma de aplicar el mindfulness en el trabajo es dedicando tiempo a la reflexión y la revisión. Al final del día, tómate unos minutos para reflexionar sobre lo que has logrado y lo que podrías haber hecho de manera diferente. En lugar de juzgarte a ti mismo, trata de ver las cosas con una mente abierta y curiosa. Si algo no salió como esperabas, piensa en cómo podrías hacerlo mejor la próxima vez.

### 4. Tómate descansos conscientes

Es importante tomarse descansos conscientes durante el día laboral. En lugar de simplemente tomarte un descanso para distraerte, tómate unos minutos para hacer una práctica de mindfulness. Puedes hacer una meditación guiada, una práctica de yoga o simplemente sentarte en silencio y respirar conscientemente. Al hacerlo, estarás recargando tu energía y ayudando a reducir el estrés.

### 5. Practica la comunicación consciente

La comunicación consciente es una parte importante de cualquier entorno laboral. Al aplicar el mindfulness a la comunicación, podrás mejorar tus habilidades de comunicación y aumentar tu capacidad para escuchar activamente y responder de manera efectiva. Practica ser consciente de tu lenguaje corporal, de la forma en que hablas y de cómo escuchas a los demás. Al hacerlo, podrás mejorar tus relaciones laborales y resolver conflictos de manera más efectiva.

### 6. Aprende a manejar el estrés con mindfulness

El estrés es una parte inevitable de la vida laboral, pero puedes aprender a manejarlo con mindfulness. Dedica tiempo para hacer prácticas de mindfulness que te ayuden a reducir el estrés, como la meditación o la respiración consciente. También puedes hacer ejercicios de relajación durante los descansos o en momentos de alto estrés. Al aprender a manejar el estrés de manera efectiva, podrás ser más productivo y mejorar tu bienestar mental y emocional.

### 7. Practica la gratitud

La gratitud es una parte importante de la práctica de mindfulness. En lugar de centrarte en las cosas que no te gustan de tu trabajo, trata de enfocarte en las cosas



positivas. Practica la gratitud por las oportunidades que tienes en tu trabajo, por los compañeros de trabajo que te apoyan y por los logros que has alcanzado. Al hacerlo, podrás mejorar tu perspectiva y aumentar tu satisfacción laboral.

En conclusión, el mindfulness puede ser una herramienta valiosa para aplicar en un contexto laboral. Al practicar la atención plena en el trabajo, podrás mejorar tu concentración, reducir el estrés, mejorar tus habilidades de comunicación y aumentar tu satisfacción laboral. Al comenzar cada día con una práctica de mindfulness, haciendo una lista de tareas conscientemente y dedicando tiempo a la reflexión, podrás mejorar tu eficacia laboral y ser más consciente de tu entorno. Practicar la gratitud y tomar descansos conscientes también te ayudará a reducir el estrés y mejorar tu bienestar mental y emocional. En resumen, el mindfulness puede ser una forma efectiva de encontrar el equilibrio entre la vida personal y profesional y mejorar tu calidad de vida laboral.





**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 m<sup>2</sup> en Áreas Verdes



Informes:




**934 140 471**



**RAÚL**  
**SALGADO**

[www.salgadoyassociados.com](http://www.salgadoyassociados.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.

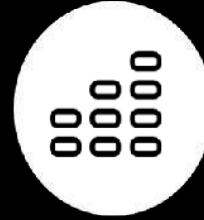
Construye su estrategia sobre estas bases y asegura una ejecución impecable, con enfoque en las ventas y fidelización del cliente. Esta ejecución se asegura con una cultura poderosa.



Asesoramiento  
empresarial



Investigación  
de mercado



Elaboración de  
instrumentos

**NUESTROS**  
**SERVICIOS**

# CHATGPT

## EN LAS PEQUEÑAS EMPRESAS

Luis Sánchez

Especialista en calidad y procesos



Las nuevas tecnologías están cambiando aceleradamente el mundo de los negocios y la vida en general, sin embargo, no se espera que ninguna tenga un mayor impacto que la inteligencia artificial (IA). La mayoría de las personas estaría de acuerdo con que en el futuro las computadoras inteligentes se encargarán de procesos de trabajo complejos que impulsen decisiones comerciales estratégicas, pues ese futuro está cada vez más cerca para las organizaciones dispuestas a innovar sus procesos.

La buena noticia es que no es necesario ser una empresa grande o tecnológica para comenzar a aprovechar la IA. Existen varias herramientas y tecnologías de inteligencia artificial que, incluso, las pequeñas empresas pueden utilizar para desarrollar una ventaja competitiva y prepararse para el futuro. Una de ellas es ChatGPT, lanzado por OpenAI en 2022, y está liderando el camino hacia la tecnología de inteligencia artificial accesible para los líderes empresariales.

Pero, vayamos por partes, ¿qué es ChatGPT?

En términos básicos, ChatGPT es un bot de inteligencia artificial que puede responder preguntas basadas en texto como un ser humano al rastrear su vasta base de datos de contenido de Internet en busca de respuestas. Una característica distintiva de ChatGPT es brindar respuestas directas a preguntas complejas.

Considerando el amplio abanico de posibilidades de esta inteligencia artificial, ¿para qué podría ser útil ChatGPT en las pequeñas empresas?

La IA es una herramienta clave para aumentar las competencias de las empresas y optimizar la productividad. Sus beneficios dependerán de la creatividad con que las personas puedan implementar esta tecnología en sus procesos de negocio, no obstante, ya varias empresas coinciden en las siguientes formas de uso:

### 1. Automatización del servicio al cliente

Un consultorio dental independiente podría utilizar ChatGPT para atender preguntas frecuentes de los clientes de forma personalizada, agendar citas o generar recordatorios las 24 horas del día y los siete días de la semana, ya sea por chatbots en la web, servicios de mensajería como WhatsApp, correo electrónico o mensajes de texto.

### 2. Creación de contenido

Una pequeña consultora de recursos humanos podría

utilizar ChatGPT para generar contenidos, títulos atractivos, estructura de anuncios o lluvia de ideas para su campaña de marketing, tales como artículos, blogs, videos y publicaciones en redes sociales. Con esta tecnología se puede crear contenido cautivador en poco tiempo.

### 3. Investigación y análisis

Un restaurante podría implementar ChatGPT para analizar la satisfacción de sus clientes, los servicios de la competencia o las tendencias del mercado. Tomando en cuenta que la IA puede analizar una gran cantidad de datos y resumir los resultados de forma ágil, se estaría imprimiendo eficiencia a los procesos de análisis de información para la toma de decisiones.

### 4. Ventas y marketing

Una pequeña tienda de ropa para niños podría utilizar ChatGPT para generar descripciones de sus categorías y para cada uno de sus productos. Esto liberará el tiempo de las personas encargadas de ventas y marketing para que se concentren en generar más clientes potenciales y cerrar más ventas.

### 5. Traducción de idiomas

Una veterinaria podría utilizar ChatGPT traducir a diferentes idiomas su página web y su catálogo de servicios como baño y estética, clínica veterinaria, hospedaje de mascotas y trámite de viajes para mascotas, entre otros. ChatGPT puede proporcionar traducciones rápidas en cuestión de segundos.

Ahora, ¿cómo pueden hacer las pequeñas empresas para acceder a esta IA?

El acceso a ChatGPT es gratuito, por ahora, a través de la web oficial de OpenAI y solamente se debe crear una cuenta. Existe un servicio de pago de ChatGPT para usuario avanzados, esta suscripción garantiza acceso en las horas pico, servicio más rápido, así como acceso a nuevas funciones y mejoras que se irán incorporando al servicio paulatinamente.

Finalmente, es difícil saber con exactitud qué nuevas características o funcionalidades traerán las tecnologías de inteligencia artificial, ya que están en constante evolución y los desarrollos están ocurriendo todo el tiempo, sin embargo, ahora es el momento de empezar a explorar estas capacidades para que las empresas puedan aprovecharlas en los negocios hoy, en lugar de quedarse relegadas y verse obligadas a ponerse al día o volverse obsoletas.



# CHIVA RUMBERA

## UNA EXPERIENCIA INOLVIDABLE HECHA EMPRESA

Raúl Salgado

Salgado Consultores



La chiva rumbera es un símbolo de la cultura colombiana que se ha popularizado en los últimos años como un atractivo turístico y de entretenimiento en todo el país. Esta es una especie de autobús o camión decorado con colores brillantes y luces, que ofrece un ambiente festivo y música en vivo mientras recorre las calles de la ciudad.

El negocio de la chiva rumbera ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, debido a su popularidad entre los turistas y los locales. La chiva rumbera se ha convertido en una de las formas más divertidas y emocionantes de experimentar la música y el baile en el país. Por lo tanto, no es de extrañar que los empresarios hayan comenzado a invertir en este negocio en gran medida.

Para entender cómo funciona el negocio de la chiva rumbera, es importante saber que existen dos tipos de chivas: las que son propiedad de una empresa y las que son propiedad de particulares. Las chivas de propiedad de la empresa se utilizan principalmente para fines turísticos y de entretenimiento, mientras que las chivas de propiedad de particulares se utilizan para eventos privados, como bodas y cumpleaños.

Las empresas de chivas rumberas ofrecen diferentes servicios que van desde una simple gira por la ciudad hasta un paquete completo que incluye bebidas y comidas. El costo de estos servicios varía según la duración del viaje, el número de personas y los servicios incluidos. Las empresas de chivas rumberas también ofrecen la opción de alquilar la chiva por un tiempo determinado y personalizarla de acuerdo con las necesidades del cliente.

El negocio de la chiva rumbera tiene un gran potencial como una inversión rentable debido a su popularidad entre los turistas y los locales. Además, el hecho de que la chiva se utilice para una variedad de eventos

significa que hay una demanda constante durante todo el año. Para comenzar en este negocio, es importante invertir en una o varias chivas, que pueden variar en precio dependiendo de su tamaño y decoración.

**Las empresas de chivas rumberas ofrecen diferentes servicios que van desde una simple gira por la ciudad hasta un paquete completo que incluye bebidas y comidas.**

Además de la inversión en la chiva, es importante invertir en la publicidad y el marketing para promocionar el negocio. Es necesario tener un sitio web bien diseñado y una estrategia de marketing en redes sociales para llegar a un público más amplio. También es importante tener una presencia en línea y en las principales plataformas de reserva de viajes para atraer a turistas y viajeros.

La clave del éxito en el negocio de la chiva rumbera es ofrecer una experiencia única y memorable a los clientes. Esto significa asegurarse de que la chiva esté bien decorada, tenga un ambiente festivo y ofrezca música en vivo de calidad. También es importante ofrecer bebidas y comidas de alta calidad y asegurarse de que los clientes se sientan seguros y cómodos durante todo el viaje.

Otro aspecto importante del negocio de la chiva rumbera es el personal. Es necesario contar con un equipo de conductores y personal de servicio al cliente que esté capacitado y sea amable con los clientes. Esto garantiza que los clientes tengan una experiencia positiva y estén dispuestos a recomendar la chiva



# SEGURIDAD EN EL TRABAJO

## GUÍA RESUMEN PARA LA IMPLEMENTACIÓN

Gino Condori

Especialista en Salud Ocupacional



Actualmente las empresas a nivel mundial adoptan estrategias que les permitan asegurar que su negocio sea sostenible y rentable, el Perú no es la excepción, aquí se busca lo mismo en la medida que los responsables de establecer y aplicar dichas estrategias tengan las competencias y medios para hacerlo.

Al respecto, parte de dichas estrategias tienen como punto de partida una eficiente administración que permita gestionar los aspectos generales y específicos del negocio, por lo que el concepto de “Sistema de Gestión” toma protagonismo y relevancia en cuanto a su aplicación, ya que este viene a ser un conjunto de elementos organizados e interrelacionados que busca alcanzar uno o más objetivos en una empresa.

En ese contexto, y atendiendo a la responsabilidad de los empleadores por gestionar los riesgos en materia de seguridad y salud en el trabajo de su empresa, toma mayor protagonismo el concepto de “Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST)”, el cual viene a ser el conjunto de elementos organizados e interrelacionados que buscan alcanzar el objetivo de evitar o reducir la ocurrencia de accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales, o en general cualquier daño a la seguridad y salud de los trabajadores.

Ahora bien, una adecuada implementación de un SGSST debe considerar muchos factores, dentro de los cuales están la naturaleza de la actividad y el tamaño de la empresa como los principales a tener en cuenta, por lo que la estrategia para obtener un sistema eficaz será distinto para una empresa que realiza actividades de alto riesgo y/o forma parte de las medianas y grandes empresas, que para una empresa que no realiza actividades de alto riesgo y/o forma parte de las micro y pequeñas empresas (MYPE).

### ¿CUÁLES SON LOS PASOS PARA IMPLEMENTAR UN SGSST?

1. Conocer las responsabilidades del empleador y el liderazgo que debe asumir. Identificar los Documentos y Registros del SGSST aplicables. Constituir un CSST o contar con un Supervisor de SST. Establecer los Servicios de Seguridad y Salud en el Trabajo.
2. Estudio de línea base de SST.
3. Política y Objetivos del SGSST.

4. IPERC y Mapa de Riesgos.

5. Plan Anual de SST y Programa Anual de SST.

6. Reglamento Interno de SST.

7. Funcionamiento del CSST. Elaboración de los Documentos y Registros del SGSST. Ejecutar las actividades del Programa Anual de SST Otros.

8. La supervisión y la medición de resultados. Investigación de incidentes, accidentes de trabajo y enfermedades ocupacionales. Auditorías del SGSST.

9. Revisión del SGSST y elaboración de un Informe de resultados del SGSST.

10. Implementar acciones correctivas y preventivas en base a los resultados.

### RESPONSABILIDADES DEL EMPLEADOR DENTRO DEL SGSST

- Entregar a cada trabajador copia del reglamento interno de SST.
- Realizar no menos de cuatro capacitaciones al año en materia de SST.
- Adjuntar al contrato de trabajo la descripción de las recomendaciones de SST.
- Elaborar un mapa de riesgos con la participación de la organización sindical, representantes de los trabajadores, delegados y el comité de SST.
- Brindar facilidades y licencias remuneradas para la participación de los trabajadores en cursos de formación en la materia.

“El SGSST es responsabilidad del empleador, quien asume el liderazgo y compromiso de estas actividades en la organización. El empleador delega las funciones y la autoridad necesaria al personal encargado del desarrollo, aplicación y resultados del SGSST, quien rinde cuentas de sus acciones al empleador o autoridad competente; ello no lo exime de su deber de prevención y, de ser el caso, de resarcimiento (...)” (Artículo 26° de la Ley).

La elaboración del Reglamento interno de Seguridad y Salud en el Trabajo (RISST) es obligatoria para todo empleador con 20 o más trabajadores, según lo previsto en el artículo 74 del Reglamento. Los empleadores que cuenten con menos de 20 trabajadores, su elaboración es facultativa.

La conformación de un El Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo (CSST) es obligatoria para todo





empleador con 20 o más trabajadores, según lo previsto en el artículo 29° del Reglamento. Los empleadores que cuenten con menos de 20 trabajadores deben garantizar la elección de un Supervisor de SST (artículo 30° del Reglamento).

# COMUNICACIÓN INTERNA

## CONEXIÓN Y CONFIANZA EN UNA EMPRESA

Navale Quiroz  
Coach Ontológica



Según la encuesta realizada por Kreab España y la Fundación máshumano, el 98% de las empresas declaró que la comunicación interna se ha convertido en un factor estratégico.

Definitivamente, el lenguaje y la comunicación son clave para aspectos operativos relacionados con el negocio, como lo que las personas necesitan saber; pero no sólo es un elemento de información, sino, sobre todo, de conexión, relación, confianza y cercanía. Por ello, es importante conocer este principio sustancial, para transmitir los valores y la cultura de la organización.

Esta pieza juega un papel muy relevante y conocerla más a fondo es de vital importancia para ti como gerente o colaborador. Empecemos por cultivar atributos fundamentales como la cercanía, empatía y transparencia, si queremos tener relaciones basadas en la honestidad, la no violencia y la compasión. Hay que tomar conciencia primero de nuestras emociones para con los demás, pues de ahí parten los pensamientos, que traen como resultado las palabras. Entonces, mejores emociones, atraen mejores pensamientos, y estos a su vez tienen como resultado palabras positivas. Las mismas que nos ayuden a trascender y cambiar nuestro entorno, esto es aplicable tanto en la sociedad, como en la empresa.

Además, debemos reforzar un lenguaje verdadero, que no destruya, sino que nos ayude a conectar con la dimensión más humana de cada individuo. Esta comunicación sincera, contribuye a generar un clima de confianza, mantener la motivación y reforzar el sentido de pertenencia. También, el secreto es poner a las personas en el centro y tener muy en cuenta su estado emocional, su bienestar; y mantener una escucha activa para entender y responder a las necesidades de los equipos y así crear vínculos y relaciones duraderas.

Por otro lado, la comunicación interna es un reflejo del espíritu de la compañía, es decir del tipo de liderazgo que ejerce el gerente, la importancia del lenguaje con el que se comunica dentro de la empresa, impacta en los demás no sólo lo que dice, sino cómo lo dice, esto repercute en la manera de expresarse de los compañeros de trabajo.

**El lenguaje y la comunicación son clave para aspectos operativos relacionados con el negocio.**

Con las palabras transmiten emociones, una de ellas es la alegría, esta, es la condición natural de cualquier ambiente de trabajo. una empresa triste, es una empresa muerta. De igual forma, nos ayuda a fomentar el compañerismo, la amistad, las relaciones, los equipos de trabajo colaborativos, la diversión, la ayuda, el consejo, la mentalidad de trabajo útil,

Asimismo, el lenguaje nos humaniza. Por ejemplo: Estás en la oficina con un problema personal y tu jefe nota tu desanimo y te pregunta «¿Qué te pasa?». Esto nos acerca, y empezamos a ver a la organización y a nuestro superior de manera más especial, más en familia, de ahí el sentido de pertenencia y la confianza. Otro ejemplo: Es muy distinto decir “No me grites” a decir “háblame en un tono más bajo” o en lugar de decirle “Eres un déspota”, diremos “Me siento fatal cuando me gritas”. Aunque no lo parezca, esta forma de expresarnos tiene más poder e influencia, ya que activa la psique del oyente. Recuerda que el lenguaje, no son sólo palabras, refleja algo más profundo, porque proyecta la estructura de nuestra actitud ante la vida.



CONTÁCTANOS



# Encuentra tu Ford en Incamotors ICA

# Ford



## RANGER

Paga ahora **50%** | y el resto en **1 año**



Nuevo sistema de mantenimiento de carril



Con Sync®3, viaja siempre conectado



Nuevas versiones XL con 160cv



Incamotors.Oficial

[www.incamotors.com.pe](http://www.incamotors.com.pe)

Panamericana Sur Km 296, Sector Macacona N° S/N 45A y 47A, Subtanjalla - Ica



\*TCR S/4 sujeto a la fecha de cotización y/o compra. Imagen referencial. Laminado de lujas sujeto a cotización.



NAVALE  
QUIROZ

Telefono:  
956275021



Navale Quiroz - coach

# GOOGLE ADS

## CÓMO CREAR TU PRIMER CAMPAÑA DE BÚSQUEDA

Carlos Preciado Huapaya

Especialista en Marketing digital y Redes Sociales



El marketing digital se ha convertido en una herramienta crucial para la mayoría de los negocios en línea. Una de las plataformas más utilizadas en la actualidad es Google Ads, que ofrece una variedad de opciones de publicidad en línea, incluyendo la Red de Búsqueda. En este artículo, te guiare a través de los pasos para crear tu primera campaña en la Red de Búsqueda de Google Ads.

### ¿Qué es Google Ads?

Google Ads es una plataforma publicitaria en línea que permite a los emprendimientos mostrar anuncios a los usuarios que buscan productos o servicios relevantes para su negocio. Los anuncios se muestran en la página de resultados de búsqueda de Google y también pueden aparecer en otros sitios web asociados con Google.

### ¿Qué tipos de campañas existen en Google Ads?

Google Ads te ofrece una variedad de opciones de publicidad en línea, incluyendo:

- Red de Búsqueda: los anuncios se muestran en la página de resultados de búsqueda de Google cuando los usuarios buscan palabras clave relevantes para su negocio.
- Red de Display: los anuncios se muestran en sitios web asociados con Google y en aplicaciones móviles.
- Publicidad en Video: los anuncios se muestran en videos de YouTube y otros sitios web.
- Publicidad en Aplicaciones: los anuncios se muestran en aplicaciones móviles y en Google Play Store.

### Beneficios de anunciarse en Google Ads

Anunciarse en Google Ads te ofrece una serie de beneficios para tu emprendimiento, incluyendo:

- Llegar a un público relevante: al mostrar anuncios a los usuarios que buscan productos o servicios relacionados con tu negocio, puedes llegar a un público relevante que ya está interesado en lo que ofreces.
- Controlar el presupuesto de publicidad: Google Ads te permite establecer un presupuesto diario y ajustar

las pujas para asegurarse de que sus anuncios se muestren a la audiencia adecuada sin gastar más de lo necesario.

- Medir el rendimiento de la campaña: Google Ads te ofrece herramientas de análisis y seguimiento para que puedas medir el rendimiento de tus campañas y hagas ajustes en tiempo real para mejorar su eficacia.
- Optimización para dispositivos móviles: la mayoría de los usuarios de Google buscan en dispositivos móviles, y Google Ads te ofrece opciones de publicidad específicas para dispositivos móviles para asegurarse de que los anuncios se muestren correctamente en todos los dispositivos.

**En una campaña de búsqueda en Google Ads, las palabras clave son fundamentales para atraer a los usuarios adecuados a tu sitio web.**

### ¿Qué son las palabras clave en una campaña de búsqueda en Google Ads?

Las palabras clave son términos o frases que los usuarios buscan en Google y que pueden activar la aparición de anuncios relevantes en la página de resultados de búsqueda. Es importante elegir palabras clave relevantes y específicas para tu emprendimiento para asegurarte de que tus anuncios se muestren a la audiencia adecuada.

### ¿Qué palabras clave debes utilizar?

En una campaña de búsqueda en Google Ads, las palabras clave son fundamentales para atraer a los usuarios adecuados a tu sitio web. Es importante elegir las palabras clave adecuadas para tu emprendimiento y asegurarte de que estás aprovechando al máximo todo su potencial. Aquí hay algunos consejos sobre qué palabras clave debes utilizar en tu campaña de búsqueda de Google Ads:

1. Piensa en las palabras clave que usarías si buscaras tu producto o servicio en Google. Haz una lista de todas las palabras y frases que se te ocurran. Asegúrate de incluir variantes, como plurales o sinónimos.

2. Utiliza herramientas de palabras clave como el Planificador de Palabras Clave de Google Ads para obtener más ideas. Esta herramienta te proporcionará una lista de palabras clave relacionadas con tu producto o servicio, así como información sobre el volumen de búsquedas mensuales y el nivel de competencia.

3. Utiliza palabras clave específicas para tu negocio. Si vendes productos específicos, asegúrate de incluir los nombres de los productos en tus palabras clave. Si ofreces servicios específicos, asegúrate de incluir los nombres de los servicios en tus palabras clave.

4. Utiliza palabras clave de cola larga. Estas son frases más largas y específicas que suelen ser más precisas y tienen menos competencia. Por ejemplo, en lugar de utilizar la palabra clave “zapatos”, utiliza “zapatos de correr para mujeres”.

5. Asegúrate de que tus palabras clave sean relevantes para tus anuncios y tu sitio web. No utilices palabras clave que no tengan nada que ver con tu negocio o que no se relacionen directamente con tu anuncio o sitio web.

6. Evita utilizar palabras clave demasiado amplias. Las palabras clave demasiado generales como “zapatos” pueden generar demasiados clics, pero es probable que no sean clics de calidad. En cambio, utiliza palabras clave más específicas para asegurarte de que estás llegando a la audiencia adecuada.

7. Monitorea regularmente tus palabras clave y realiza ajustes según sea necesario. Asegúrate de que tus palabras clave estén generando tráfico de calidad y de que estés obteniendo el rendimiento deseado de tu campaña en la Red de Búsqueda de Google Ads.

### **¿Cómo puedo conocer que palabras clave están usando mi competencia?**

Una forma de conocer las palabras clave que están utilizando tus competidores es a través del análisis de la competencia. Puedes utilizar herramientas como SEMrush o Ahrefs para investigar las palabras clave

que tus competidores están utilizando y adaptar tu estrategia de palabras clave en consecuencia.

### **¿Cómo crear tu primer anuncio responsivo en Google Ads?**

Una vez que hayas seleccionado tus palabras clave, es importante crear un anuncio atractivo y relevante para que los usuarios hagan clic en él. Google Ads te ofrece la opción de crear anuncios responsivos, que se adaptan automáticamente a diferentes tamaños y formatos de anuncios en la Red de Búsqueda.

Para crear un anuncio responsivo, sigue estos pasos:

1. En la pestaña de “Anuncios” en tu cuenta de Google Ads, selecciona “Anuncio responsivo”.

2. Escribe tus encabezados y descripciones. Es importante incluir tus palabras clave en el texto del anuncio para que los usuarios puedan ver de inmediato que tu anuncio es relevante para su búsqueda.

3. Agrega tus URL de la página de destino y la página final. La página de destino es la página a la que se dirigirán los usuarios después de hacer clic en tu anuncio, mientras que la página final es la página a la que se redirigirán después de realizar una conversión.

4. Selecciona tus imágenes y logotipos. Las imágenes y los logotipos pueden ayudar a hacer que tu anuncio sea más atractivo y aumentar la tasa de clics.

### **Monitorea los resultados de tu campaña de búsqueda.**

Una vez que hayas creado tu campaña en la Red de Búsqueda de Google Ads, es importante monitorear regularmente los resultados para asegurarte de que estás obteniendo el rendimiento deseado. Puedes utilizar herramientas de análisis de Google Ads para ver cómo están funcionando tus anuncios y realizar ajustes según sea necesario.

Recuerda, es importante investigar tus palabras clave y crear anuncios relevantes y atractivos para maximizar la eficacia de tu campaña. Si tienes dudas o consultas, puedes ponerte en contacto conmigo. Te ayudaré a alcanzar los objetivos para el crecimiento de tu emprendimiento.



### TIP EMPRESA

DIRECTOR: Raul Salgado

EDITOR: Julio Ortiz

### COLABORACION ESPECIAL:

- Alberto Foronda
- Alan Watkin
- Zaida Gallegos
- Alejandro Castro
- Luis Sánchez
- Gijno Condori
- Navale Quiroz
- Carlos Preciado

