

TIP EMPRESA

LA REVISTA ESPECIALIZADA EN EL EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI
Nº 25 Setiembre 2023

HERRAMIENTAS EMPRESARIALES

OPERACIONES
COMUNICACIÓN
COMERCIAL
FINANZAS
GDH

PARACAS

IMPULSANDO EL
TURISMO RECEPTIVO

MERCHANDISING

POTENCIANDO LA
ESTRATEGIA DE MARKETING

IA VS PERSONAS

COMPETENCIA
O COMPLEMENTO

EMPRESAS CON CORAZÓN

LA FUERZA DE
LAS EMOCIONES

ACCIDENTES LABORALES

SANCIONES POR
CONTROLES INSUFICIENTES



EDITORIAL

En un mundo empresarial altamente competitivo, las pequeñas empresas enfrentan el desafío constante de mejorar y mantenerse a la vanguardia de su industria. El benchmarking es una estrategia eficaz que ha demostrado ser de gran valor para estas empresas. Esta actividad implica comparar y evaluar las actividades, procesos y resultados de una empresa con los de otras organizaciones líderes en su campo.

Esta acción ofrece varios beneficios importantes a las pequeñas empresas. Permite identificar y adoptar las mejores prácticas utilizadas por otras empresas exitosas en el mismo sector, establecer objetivos claros y mensurables y fomentar la mejora continua de los procesos internos, impulsar la innovación y la adaptación y comparar su desempeño con el de los competidores directos, para apoyar una decisión informada en áreas de producción, mejorar los estándares de calidad y satisfacción del cliente, promover una cultura de mejora continua y aumentar las ganancias. Uno de los beneficios más notables del benchmarking es la capacidad de aprender de organizaciones líderes en la industria

Las pequeñas empresas pueden observar y estudiar las operaciones exitosas de otras empresas, lo que les brinda información valiosa sobre lo que funciona en su mercado. No necesitan reinventar la rueda; En cambio, pueden modelar sus estrategias y tácticas basándose en lo que ha demostrado ser eficaz para otros.

Al comparar su desempeño con el de organizaciones líderes, pueden identificar áreas donde necesitan mejorar y establecer objetivos específicos para lograr un desempeño similar o mejor. Esto proporciona una hoja de ruta clara y un sentido de dirección para el negocio. En lugar de confiar únicamente en la intuición o el instinto, el benchmarking apoya la toma de decisiones informadas

Las decisiones se basan en datos objetivos y comparativos que muestran lo que ha funcionado en el pasado y lo que se puede esperar en el futuro. Esto reduce el riesgo de tomar decisiones equivocadas y costosas.

Para las pequeñas empresas, el benchmarking es un aliado fundamental en su búsqueda del éxito comercial.



CONTENIDOS

EL PODER DE LA IA	06
La IA puede ser un poderoso aliado para las empresas que buscan tener éxito en un mundo digital.	
WORKAHOLIC	10
Las personas que permanecen más de 45 horas a la semana en su centro de labores, presentan un trastorno importante.	
BRANDING	12
Es un ejercicio de comunicación para definir lo que eres y poder lograr como posicionamiento en la mente de los cliente.	
HERRAMIENTAS DIGITALES - EDUCACIÓN A LA EMPRESA	14
El mundo digital ha transformado la forma en que las personas se conectan entre sí.	
LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA	16
La comunicación persuasiva es una herramienta poderosa que se utiliza en muchos ámbitos, desde la publicidad hasta la política.	
EL PRODUCTO EN VENTAS	20
La venta de productos es una parte fundamental de cualquier negocio. Cómo podemos potenciarla.	
JÓVENES EMPRENDEDORES	22
Los jóvenes emprendedores somos un ejemplo de constancia, perseverancia y disciplina para lograr lo que nos proponemos.	
GESTIÓN DEL TIEMPO	24
El tiempo es un recurso limitado y valioso, que necesitamos aprender a operar. Conozca las acciones para aprovecharlo.	
APRENDAMOS A EMPRENDER	28
Emprender va mucho más allá de solo tener una de negocio, debemos prepararnos, primero en hacer un plan de trabajo, conocer al clientes.	
“TODOS QUIEREN, PERO NO TODOS SABEN CÓMO”	30
De acuerdo con Jack Welch, ser ganador en los negocios es maravilloso porque cuando las compañías ganan, las personas prosperan y crecen.	

Ediciones Anteriores



EL PODER DE LA IA EN LA CONSTRUCCIÓN DE LA ESTRATEGIA



Raúl Salgado

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

La inteligencia artificial está transformando la industria de los restaurantes, brindando a los propietarios de pequeñas empresas herramientas poderosas para optimizar las operaciones, mejorar la experiencia del cliente y tomar decisiones estratégicas más informadas. Con el enfoque correcto y comprendiendo el potencial de la IA, los emprendedores pueden lograr un gran éxito en este campo competitivo

Además, las estadísticas demuestran la creciente tendencia a adoptar la IA en la industria de alimentos y bebidas

BENEFICIOS CLAVE DE LA IA:

Optimización de inventarios y gestión de suministros:

La IA puede analizar datos históricos de ventas, condiciones del entorno y otros factores para predecir la demanda de ciertos ingredientes y productos.

Esto permite a los empresarios reducir el desperdicio de alimentos y optimizar los costos operativos.

Ejemplo: Un pequeño restaurante utiliza un sistema de inteligencia artificial para predecir la demanda de ingredientes y ajustar automáticamente los pedidos a los proveedores. Esto significa un 20% menos de desperdicio de alimentos y ahorros en costos de envío.

Personalización del menú y experiencia del cliente:

La IA puede analizar el comportamiento del cliente, como las preferencias y los hábitos de compra, y proporcionar menús personalizados. Esto mejora la experiencia del cliente y fomenta la fidelidad.

Ejemplo: Una cafetería utiliza un sistema de recomendación basado en inteligencia artificial que sugiere bebidas y alimentos según las preferencias pasadas del cliente. Esto aumenta las ventas en un 15%

Automatización del servicio al cliente:

Los chatbots y asistentes virtuales con tecnología de inteligencia artificial pueden responder las preguntas de los clientes, tomar pedidos y gestionar reservas. Esto reduce la carga del personal y mejora la eficiencia del trabajo

Ejemplo: Un pequeño restaurante implementa un chatbot en su sitio web y redes sociales para tomar

pedidos y responder preguntas frecuentes. Esto reduce la carga de los empleados y mejora la satisfacción del cliente.

Pronóstico de tendencias y análisis de la competencia:

La IA puede analizar datos de redes sociales y reseñas en línea para identificar tendencias emergentes en el espacio de alimentos y bebidas. Además, puede realizar un seguimiento de las estrategias de sus competidores para tomar decisiones más informadas. Ejemplo: Un empresario propietario de una pizzería utiliza una herramienta de inteligencia artificial para rastrear las opiniones de los clientes en línea y descubre que la demanda de pizza vegetariana está aumentando. Introdujo una nueva opción vegetariana en el menú y registró un aumento del 30 % en las ventas.

La IA puede ser un poderoso aliado para las empresas que buscan tener éxito en un mundo digital.

HISTORIAS DE ÉXITO

Domino's Pizza, una de las cadenas de pizzas más grandes del mundo, implementó IA para mejorar la eficiencia de la entrega. Utilizaron un sistema de seguimiento en tiempo real impulsado por algoritmos de inteligencia artificial para predecir los tiempos de entrega con una precisión increíble. Este sistema tiene en cuenta varias variables, entre ellas:

Ubicación del cliente, tráfico en tiempo real y condiciones climáticas.

Cómo funciona: Cuando un cliente realiza un pedido en línea, el sistema de inteligencia artificial de Domino's Pizza rastrea el progreso del pedido en tiempo real. Si se producen retrasos debido al tráfico o las condiciones climáticas, el sistema ajustará automáticamente los horarios de entrega. Los repartidores también reciben la mejor ruta en tiempo real.

Impacto: Este enfoque tuvo un impacto significativo

en la satisfacción del cliente. Los clientes de Domino's Pizza valoran la precisión de las estimaciones de entrega, lo que conduce a una mayor lealtad de los clientes y, en última instancia, a un aumento de las ventas

Coca-Cola: La publicidad utiliza IA para crear anuncios en línea altamente personalizados. Esta estrategia se basa en analizar el comportamiento del consumidor y crear anuncios que resuenen con audiencias específicas

Cómo funciona : AI analiza datos de comportamiento en línea, como consultas de búsqueda e interacciones en redes sociales, para comprender mejor las preferencias y los hábitos de gasto de los consumidores. Se crean anuncios altamente personalizados y se muestran a grupos objetivo específicos.

El impacto de la publicidad dirigida por AI ha demostrado ser más efectiva para generar participación y ventas. Los anuncios personalizados tienden a aumentar la participación y es más probable que los consumidores respondan positivamente a los mensajes que se alinean con sus intereses y preferencias.

Estas historias de éxito demuestran cómo la IA se está utilizando eficazmente para mejorar la eficiencia operativa, la satisfacción del cliente y las ventas. Además, destaca cómo la personalización basada en IA puede ser una estrategia eficaz para aumentar la fidelidad de los clientes y crear experiencias de marca más atractivas

Estos ejemplos resaltan el uso cada vez mayor de la IA en la industria y sus beneficios tangibles. Para ayudarle a comprender las implicaciones del uso de esta propuesta, aquí presentamos algunas estadísticas de éxito en la implementación de la IA en el sector gastronómico.

Se espera que el mercado de inteligencia artificial de la industria alimentaria crezca, según un informe de MarketsandMarkets, la industria de alimentos y bebidas estará creciendo a una tasa anual promedio de 42.1% de 2021 a 2026. Esto refleja el creciente interés y aceptación de la IA en la industria. Según un estudio de la Asociación Nacional de Restaurantes, el 33% de los restaurantes estadounidenses encuestados están considerando o ya han implementado tecnología de inteligencia artificial en sus operaciones para mejorar la eficiencia y la satisfacción del cliente.

Un estudio de Oracle encontró que el 78% de los consumidores están dispuestos a interactuar con un chatbot o asistente virtual para pedir comida o

bebida. Esto subraya la aceptación creciente de la automatización en el sector.

Si todavía no les quedó claro, les cuento una historia (que puede ser la tuya) de un pequeño restaurante que puede utilizar estas herramientas.

En la calurosa ciudad de Ica, el restaurante "Sabores Latinos" se destacaba por su deliciosa comida y su enfoque en brindar una experiencia excepcional a sus clientes. Sin embargo, el mundo digital estaba evolucionando rápidamente, y el restaurante se dio cuenta de que necesitaba adaptarse para mantenerse competitivo

Automatización de Reservas y Pedidos

El equipo de "Sabor y Eficiencia" decidió adoptar la inteligencia artificial para simplificar las reservas y pedidos. Utilizaron la aplicación gratuita OpenTable para gestionar reservas y el asistente virtual ChatGPT para tomar pedidos online y responder preguntas de los clientes. Esta estrategia aumentó la ocupación de los restaurantes y mejoró significativamente la eficiencia de los pedidos

Gestión de Inventarios

Para reducir desperdicios y optimizar costos operativos, "Sabores Latinos" implementó dos aplicaciones principales BevSpot que ayudó a realizar un seguimiento del inventario de bebidas y predecir la demanda, mientras que SalesVu permitió una gestión precisa del inventario de alimentos. Estas herramientas han optimizado la gestión de adquisiciones y han generado ahorros significativos.

Personalización del menú

Este restaurante quería brindar una experiencia más personalizada a sus clientes. Utilizando la aplicación de diseño Canva, crearon un menú personalizado adaptado a las preferencias del cliente. Esta estrategia hizo que los clientes se familiarizaran más con las opciones del menú y aumentó el valor promedio de los pedidos.

Análisis de datos de clientes

El equipo de Sabores Latino Marketing utilizó IA para analizar los datos de los clientes. Utilizaron Mailchimp para segmentar a sus clientes y enviarles ofertas específicas según sus preferencias. Además, Google Analytics proporciona información valiosa sobre el comportamiento de los visitantes en los sitios web de restaurantes, lo que les permitió ajustar mejor nuestras estrategias de marketing

Chatbot de Atención al Cliente

Para reducir la carga de trabajo de los empleados y mejorar la eficiencia operativa, Sabores Latinos introdujo chatbots en su sitio web y redes sociales



el chatbot, creado con la aplicación Tars, respondió preguntas frecuentes de los clientes y aceptó pedidos en línea. La satisfacción del cliente aumentó.

Publicidad en Redes Sociales

La IA también se utilizó en la creación de anuncios en redes sociales “Canva” con su herramienta IA, permitió diseñar anuncios atractivos y personalizados. Además, “Hootsuite” se convirtió en una herramienta esencial para programar y gestionar publicaciones en redes sociales de manera eficiente.

Optimización de Precios

El seguimiento de precios y competidores se convirtió en una prioridad. Al utilizar Price2Spy, los restaurantes pudieron monitorear los precios de la competencia y ajustar sus propios precios para seguir siendo competitivos y maximizar los márgenes de beneficio.

Seguimiento de opiniones y reseñas en línea

Para mantener una imagen positiva en línea, utilizaron Alertas de Google para recibir notificaciones en tiempo real sobre menciones en línea. También supervisaron

de cerca las reseñas en sitios como Yelp. Esto les permitió resolver rápidamente los problemas y aumentar la satisfacción del cliente.

Gracias a la determinación y el poder de la inteligencia artificial, los “Sabores latinos” han podido seguir siendo competitivos en la era digital.

Este restaurante demostró que la IA puede ser un poderoso aliado para las empresas gastronómicas que buscan tener éxito en un mundo digital en constante evolución. La inteligencia artificial está transformando la industria, brindando a los propietarios de pequeñas empresas herramientas poderosas para optimizar las operaciones, mejorar la experiencia del cliente y tomar decisiones estratégicas más informadas.

Con el enfoque correcto y comprendiendo el potencial de la IA, los emprendedores pueden lograr un gran éxito en este campo competitivo.

WORKAHOLIC

¿CÓMO SABER QUE ERES UNO?

Navale Quiroz
Coach Ontológica



Eres de los que da el 110% en el trabajo, 24 horas al día, los siete días a la semana. Entonces es un hecho que eres un trabajólico.

Por trabajólico o workaholic entendemos una persona que es adicta al trabajo, que se caracteriza por ser dependiente del mismo. Esto puede llegar a ser una adicción muy peligrosa, ya que puede afectar de manera directa a la salud, la vida familiar y el bienestar en general. Hay gente que sólo vive para trabajar, curiosamente eso no garantiza un mayor éxito, caso contrario, ese individuo se vuelve inoperativo, sin creatividad e infeliz.

Las empresas de hoy en día buscan colaboradores que sepan equilibrar su vida personal y su vida laboral de manera que, su bienestar contribuya en el progreso de la organización. Por un lado, el estudio de la Universidad de Arkansas en EEUU, encontró que las personas que permanecen más de 45 horas a la semana en su centro de labores, quienes viven para trabajar y no trabajan para vivir, presentan un trastorno en el que siempre encuentran justificaciones para su adicción, y llegan a creer en las explicaciones que le dan a su familia y a los amigos.

Asimismo, esta alteración sucede tanto con profesionales técnicos, empleados y ejecutivos cuyos principales síntomas son: el estrés, irritabilidad, depresión, ansiedad e insomnio. Además, se cree que, por trabajar muchas horas, uno se vuelve productivo, pero es todo lo contrario.

El estudio mencionado dice que, más hombres que mujeres, que pertenecen a la clase media y al ambiente urbano, entre los 40 a 50 años, son los que padecen de este desorden. Por otro lado, Enrique Castañeda Aguilera señala algunas características comportamentales de la gente que sufre de este mal.

Por ejemplo, el sujeto no sale de vacaciones ni disfruta de fines de semana. Además, el tiempo libre, ocioso, les deprime o los pone ansiosos. O bien, si toma vacaciones o descansos, pasa el tiempo pensando en el trabajo, revisa o redacta informes, lee su correo, hace

llamadas a la oficina o a clientes, planifica las siguientes tareas, etc. También, este tipo de gente, presenta un cansancio extremo, mala nutrición, hipertensión, trastornos cardiacos, pérdida de cabello, contracturas musculares, propensión a infecciones, gastritis y altos índices de colesterol.

Finalmente, el trabajo brinda a las personas el sentido de su identidad, influye en su autoestima, otorga status social y da legitimación ante la sociedad, por esas razones el profesional confunde y exagera su rol. Recordemos que lo más importante es la salud y el bienestar de cada uno de nosotros y la de nuestros seres queridos.

Un estudio de la Universidad de Arkansas en EEUU, encontró que las personas que permanecen más de 45 horas a la semana en su centro de labores, quienes viven para trabajar y no trabajan para vivir presentan un trastorno en el que siempre encuentran justificaciones para su adicción.

Hallemos un equilibrio en la vida enfocándonos en todas las áreas, y los niveles. Por ello, sigamos las siguientes sugerencias para lograr salir de este problema. Primero, deja de negar que se padece de este trastorno. Segundo, evita llevar el trabajo a casa y aprende a delegar las tareas, no siempre tienes que ser tú el que lo haga todo. Tercero, organiza tus horarios de manera que te quede tiempo para la familia. Cuarto, planifica un viaje de vacaciones y busca algunos hobbies que hayas descuidado. Finalmente, haz algún tipo de deporte, sal a correr o ve al gimnasio. La vida es un proceso más que una meta, disfruta el camino que recorres, aprovecha el tiempo en vivir y disfruta de los pequeños placeres que te ofrece cada nuevo día.



BRANDING

CÓMO CONSTRUIR UNA MARCA

Armando Martin Parra Jauregui
Coach y Consultor Empresarial



Para construir, reformular o reinventar una marca, lo primero que tenemos que hacer es quitarnos la idea de que no podemos desarrollar y construir nuestra marca, así mismo tenemos que elegir un buen producto, que sea potente, para que a partir de el podamos crear nuestra marca.

Qué es Branding

Aquí les daremos una definición de que es branding y como poder aplicarlo. Es un conjunto de acciones y cosas para mostrarte diferente y único. Es un ejercicio de comunicación para definir lo que eres y poder lograr un posicionamiento en la mente de los clientes, aunque hay que tener mucho cuidado en no confundir el Branding con el marketing. También es la gestión inteligente, estratégica y creativa de todos aquellos elementos diferenciadores de la identidad de la marca. Es la suma de la identidad visual de la marca.

Los elementos de la marca que son:

1. EL LOGOTIPO: Es un símbolo que identifica tu marca o empresa, donde los consumidores con solo verla reconocerán a la empresa y los productos que ofrecen. Todas las empresas hoy en día sean grandes, medianas o emprendedores, cuentan con un logotipo que las identifica.

El logotipo se convierte en un icono que es fácil de identificar y relacionarse con los clientes. Es el símbolo que debe reflejar tu visión y misión, como profesional, el crearlo te hace ver mucho más profesional y que estas comprometido con los clientes, como que les estas ofreciendo un producto de calidad y confianza, este debe tener los siguientes componentes, tu nombre, un símbolo y una descripción de lo que es tu empresa.

2. REPUTACIÓN: Esto es muy importante para la marca porque los clientes se preguntan si somos confiables, decimos lo que hacemos, tenemos honestidad en nuestros mensajes, eres autentico no eres copia de otra. Estas preguntas se hacen los clientes a la hora de escoger una marca,

3. PERSONALIDAD: Que es lo peor que se puede decir de una persona o empresa, que carece de personalidad, no todas las marcas tienen una personalidad clara y potente, que les permite rápidamente posicionarse en la mente de los clientes. Si la marca no logra conectar con la clientela y les es difícil conseguir los clientes

que quiere, es porque no ha definido la personalidad de su marca,

Es importante porque permite crear una mejor empatía con las personas y esto le permite generar una conexión fuerte con los clientes y prospectos.

Las marcas con mejor personalidad logran obtener mayor Visibilidad, Diferenciación y Fidelidad.

4. ATRIBUTOS: Las marcas deben tener ciertos atributos que la definan.

- Humanos. Como reflejar imágenes visuales que generen emociones, buscar fondos musicales que se ajusten a la personalidad de la marca, donde el cliente se sienta identificado con la misma, debemos recordar que no somos lo que ves, somos lo que sentimos ya que el 90 % de nuestras decisiones son emocionales.

- Adjetivos. Estos deben ser definidos para demostrar la personalidad de la marca y deberán tener un contenido emocional, que puedan conectar rápidamente en la mente de los clientes, deben ser auténticos y decir lo que es la marca y cuáles son sus bondades.

- Mensaje. Este debe ser autentico, claro y preciso, donde se comunique lo que se quiere de la marca, como sus bondades, cualidades y experiencia en el mercado, consiguiendo que reconozcan de dónde venimos y hacia donde queremos llegar con nuestra marca-

Sabiendo cuales son las bases y valores de la marca podremos construir una nueva marca que se alinea a las nuevas estrategias de comunicación digitales, que hoy en día se están usando como el internet y las redes sociales.

Algunos consejos para mejorar nuestro Branding.

A. Individualismo. Es la confusión de la marca, por lo que debemos ir a la posición de conectar con los clientes y no solo mantener un mensaje personalista, de lo contrario estamos destinados al fracaso.

B. Reeducar. Debemos mantener la posición de que a la equivocación no se le debe castigar sino aprender para mejorar, hay que educar y capacitar a todo el personal desde los altos ejecutivos hasta el último empleado.

C. Diferenciación. Debemos ser diferentes porque si somos iguales, el cliente puede escoger cualquier marca menos la de nosotros, ser diferentes nos da la



posibilidad de hacer la diferencia.

D. Mundo Mejor. Todos tenemos la obligación de crear un mundo mejor, con marcas que nos hagan la vida más saludable y con responsabilidad social con los que menos tienen, es donde todos debemos participar para dejar a nuestros hijos un mundo mejor.

Cabeza y Corazón, tengamos en cuenta que un pensamiento sin acción y acción sin sentimiento, no puede hacer que lo racional supere a lo emocional y con esto no generamos emociones en los clientes, que son las que determinan las decisiones de compra.

HERRAMIENTAS DIGITALES

DE LA EDUCACIÓN A LOS EMPRENDEDORES



Gerardo Luis Lugo Rengifo

Consultor en Gestión de la educación. Coordinador de investigación UPT - Ica

En entrega anterior hice una primera reflexión sobre las herramientas digitales en la educación, como apoyo a los emprendedores para iniciar nuevos proyectos o para darle solidez a los que ya tienen andado. Como lo indiqué en aquel momento, contamos en el mundo educativo con una serie de herramientas, recursos y medios digitales que se pueden utilizar como apoyo a quienes impulsan sus emprendimientos. Entre ellos se destacaban: 1. acceso a información y conocimiento especializado; 2. fomento de la creatividad y la innovación; 3. redes y conexiones digitales; 4. desarrollo de habilidades tecnológicas; y, 5. aprendizaje personalizado y flexible. Hablaré esta vez de los tres últimos propuestos.

Redes y conexiones digitales

El mundo digital ha transformado la forma en que las personas se conectan entre sí, son pocas las personas, desde la generación X para acá que, estando en el mundo laboral-productivo no haya tenido acceso al menos a una red social. Indudablemente las herramientas digitales aplicadas en la educación ofrecen a los emprendedores la posibilidad de establecer contactos y construir redes sólidas. A través de plataformas de redes sociales profesionales, comunidades en línea y eventos virtuales, los emprendedores pueden conocer a personas con ideas afines, encontrar mentores y colaboradores, e incluso obtener financiamiento para sus proyectos, son muchas las opciones que se pueden encontrar en redes tan populares como Instagram o LinkedIn, y hasta X, (otrora Twitter) pero hasta Facebook y ahora Telegram y What's App, son plataformas que bien usadas ofrecen grandes posibilidades para los aprendizajes y desarrollo de capacidades en temas de emprendimientos. Las conexiones que por estos espacios se logren pueden ser fundamentales para el éxito de un emprendedor, ya que brindan oportunidades de aprendizaje, colaboración y crecimiento empresarial.

Las herramientas digitales aplicadas en la educación permiten a los emprendedores establecer conexiones valiosas y construir redes sólidas. Las plataformas de redes sociales profesionales, los foros en línea y las comunidades virtuales brindan oportunidades para conectarse con otros emprendedores, expertos en el campo y posibles colaboradores. Estas conexiones pueden generar beneficios

significativos, como compartir conocimientos y experiencias, recibir asesoramiento y retroalimentación, establecer asociaciones comerciales y obtener financiamiento. A través de eventos virtuales y conferencias en línea, los emprendedores también pueden participar en discusiones, paneles y talleres, lo que les permite ampliar aún más su red y aumentar su visibilidad en la comunidad empresarial.

Un emprendedor puede unirse a comunidades en línea y grupos de discusión relacionados con su industria o rubro. A través de estas plataformas, puede establecer conexiones valiosas con otros emprendedores, expertos y posibles socios comerciales. Por ejemplo, puede conocer a un inversor interesado en su proyecto o encontrar un mentor que le brinde orientación y apoyo a lo largo de su trayectoria empresarial. Son enormes y crecientes las posibilidades que hay por estos espacios de aprendizaje e intercambio continuo, basta ver cuál y como usarla para establecer un plan sistemático que permita enriquecer las propias experiencias de negocios.

Desarrollo de habilidades tecnológicas

En un mundo cada vez más digitalizado, es crucial que los emprendedores adquieran habilidades tecnológicas para tener éxito, conocer y manejar bien ciertas herramientas de las que ya hemos hablado, puede marcar la diferencia; no basta contratar un community manager. Las herramientas digitales aplicadas en la educación les permiten desarrollar competencias en el uso de software especializado, análisis de datos, comercio electrónico, marketing digital y muchas otras áreas relacionadas con la tecnología. Estas habilidades son fundamentales para la eficiencia operativa, la optimización de recursos y la adopción de enfoques innovadores en los negocios. En este sentido, no están solo para dar a conocer el producto, posicionarlo, vender y negociar; están, a su vez, para una gestión más ágil y eficaz de las actividades administrativas del negocio, hay que conocerlas y usarlas.

En la era digital, adquirir habilidades tecnológicas es esencial para los emprendedores. Las herramientas digitales aplicadas en la educación les brindan la oportunidad de desarrollar competencias en diversas áreas tecnológicas relevantes para los negocios. Pueden aprender a utilizar

software especializado para la gestión de proyectos, análisis de datos, diseño gráfico, marketing digital y comercio electrónico. Entre ellas Trello, Asana, Jira; o el mismo Microsoft Excel, Tableau así como R y Python; en temas de diseño gráfico y otras necesidades han ido desarrollándose mucho con el uso de la Inteligencia Artificial; basta explorar las opciones y probarlas. Otras pueden ser: Google Ads, para la gestión de campañas de publicidad en línea, o HubSpot con herramientas para marketing, ventas y servicio al cliente; así como MailChimp, para gestionar actividades por correo electrónico.

Adicionalmente se pueden adquirir habilidades en programación y desarrollo web, lo que les permite construir y mantener su presencia en línea. Estas habilidades tecnológicas les permiten ser más eficientes en sus operaciones, adoptar enfoques innovadores y aprovechar al máximo las herramientas y plataformas digitales disponibles. Existen muchas plataformas hasta gratuitas que ofrecen diversidad de cursos, flexibles y adaptables a las necesidades de cada emprendedor.

Aprendizaje personalizado y flexible

Las herramientas digitales en la educación ofrecen un enfoque personalizado y flexible de aprendizaje. Los emprendedores pueden adaptar su formación a sus necesidades individuales y aprender a su propio ritmo.

Además, la disponibilidad de recursos educativos en línea las 24 horas del día, los 7 días de la semana, permite a los emprendedores acceder al contenido en cualquier momento y desde cualquier lugar, lo que resulta especialmente beneficioso para aquellos que deben equilibrar su tiempo entre el desarrollo de su negocio y otros compromisos. Muchos de ellos incluso con planes gratuitos y certificados. Nada más la herramienta Google ofrece un importante número de capacitaciones para desarrollar este tipo de competencias, entre ellas: Google Digital Garage, Google Analytics Academy, Google Ads Certification, Google Cloud Training, Google Workspace Training, entre otros. LinkedIn, por ejemplo, ofrece en la versión Premium una opción de cientos de cursos cortos y planes de aprendizaje por su aplicación Learning, hay que usarla.

Un emprendedor que emplea plataformas de educación en línea tiene la libertad de seleccionar cursos y módulos específicos que se ajusten a sus requisitos y metas individuales. Por ejemplo, puede optar por adquirir competencias en la gestión de proyectos o liderazgo empresarial para reforzar su habilidad para liderar y administrar su empresa de manera eficaz. En este contexto, al aprender a su propio ritmo, tiene la capacidad de equilibrar sus compromisos empresariales con otras responsabilidades personales o laborales.

Herramientas digitales y cambio en los emprendedores
Hemos visto que estas herramientas, de fácil y ágil acceso muchas de ellas, ofrecen una amplia gama de beneficios para los emprendedores, incluyendo acceso a información especializada, fomento de la creatividad, ampliación de redes, desarrollo de habilidades tecnológicas y aprendizaje personalizado. También brindan la posibilidad de lograr conocimientos clave, explorar ideas innovadoras, establecer conexiones valiosas y mejorar su eficiencia en un mundo empresarial cada vez más competitivo y digitalizado, acelerado ahora por las tecnologías de inteligencia artificial. Al aprovechar al máximo estas herramientas, los emprendedores pueden aumentar sus posibilidades de éxito y construir negocios sólidos.

Estos son solo ejemplos ilustrativos y muy reducidos, pero existen numerosas historias de éxito de emprendedores que han aprovechado las herramientas digitales desde un enfoque instructivo y educativo para impulsar su crecimiento y éxito de su negocio. Cada experiencia de éxito demuestra cómo las herramientas digitales pueden marcar la diferencia en la vida de los emprendedores, brindándoles recursos valiosos, conexiones significativas y habilidades relevantes para enfrentar los desafíos del mundo empresarial actual.

Para todo esto será necesario siempre una actitud de permanente aprendizaje, constante innovación y en movimiento hacia la transformación, incorporando las novedades tecnológicas, digitales y virtuales que van surgiendo y que dan acceso a mejores opciones para posicionar su negocio en el mercado local, regional, nacional y mundial.

LA COMUNICACIÓN PERSUASIVA

10 CONSEJOS PARA LÍDERES

Alejandro Castro Mendivil

Educador y coach ejecutivo



La comunicación persuasiva es una herramienta poderosa que se utiliza en muchos ámbitos, desde la publicidad hasta la política. En este artículo, exploraremos cómo la persuasión funciona y cómo se puede utilizar de manera efectiva para lograr objetivos específicos. También discutiremos algunas de las teorías psicológicas detrás de la persuasión y cómo se pueden aplicar en el diseño persuasivo.

¿Qué es la persuasión?

La persuasión es el proceso de influir en las creencias, actitudes y comportamientos de los demás. Se utiliza en una variedad de contextos, desde la publicidad hasta la política, y puede ser una herramienta poderosa para lograr objetivos específicos. La persuasión se basa en la idea de que las personas son más propensas a aceptar un mensaje si se presenta de una manera que sea atractiva y convincente.

Teorías psicológicas detrás de la persuasión

Hay varias teorías psicológicas detrás de la persuasión, incluyendo:

Teoría de la disonancia cognitiva: Esta teoría sostiene que las personas tienen una necesidad innata de mantener la coherencia entre sus creencias y comportamientos. Si se les presenta información que contradice sus creencias, pueden experimentar disonancia cognitiva, lo que puede llevar a un cambio en sus creencias o comportamientos.

Teoría de la respuesta cognitiva: Esta teoría sostiene que las personas son más propensas a aceptar un mensaje si se les presenta de una manera que sea atractiva y convincente. Esto se debe a que las personas procesan la información de manera activa y buscan formas de relacionarla con sus propias experiencias y conocimientos.

Teoría de la persuasión social: Esta teoría sostiene que las personas son más propensas a aceptar un mensaje si proviene de una fuente creíble y confiable. Esto se debe a que las personas tienden a confiar en las personas que perciben como expertas o autorizadas en un tema en particular.

Cómo utilizar la persuasión de manera efectiva

Para utilizar la persuasión de manera efectiva, es importante tener en cuenta algunos principios clave:

Conocer a la audiencia: Es importante conocer a la audiencia a la que se dirige el mensaje para poder adaptarlo a sus necesidades y deseos específicos.

Utilizar argumentos convincentes: Los argumentos deben ser convincentes y estar respaldados por evidencia sólida y relevante.

Utilizar fuentes creíbles: Las fuentes utilizadas para respaldar los argumentos deben ser confiables.

Utilizar técnicas persuasivas: Las técnicas persuasivas, como la escasez y el miedo a perderse algo, pueden ser efectivas para persuadir a las personas.

Diseño persuasivo

El diseño persuasivo es una técnica que utiliza principios psicológicos para influir en el comportamiento de los usuarios. Algunos de los principios psicológicos utilizados en el diseño persuasivo incluyen:

- **Escasez:** La idea de que algo es más valioso si es escaso o difícil de obtener.

- **Miedo a perderse algo (FOMO):** La idea de que las personas están más motivadas por el miedo a perderse algo que por la posibilidad de ganar algo.

- **Principio de reciprocidad:** La idea de que las personas están más dispuestas a hacer algo por alguien si ese alguien ha hecho algo por ellas.

- **Principio de autoridad:** La idea de que las personas están más dispuestas a seguir las órdenes de alguien que perciben como una autoridad en un tema en particular.

- El diseño persuasivo se utiliza en muchos ámbitos, desde la publicidad hasta la tecnología. Por ejemplo, las aplicaciones de redes sociales utilizan técnicas persuasivas para mantener a los usuarios enganchados y motivados para seguir utilizando la aplicación.

La persuasión es una herramienta poderosa que se utiliza en muchos ámbitos, desde la publicidad hasta la política. Se basa en la idea de que las personas son más propensas a aceptar un mensaje si se presenta de una manera que sea atractiva y convincente. Para utilizar la persuasión de manera efectiva, es importante conocer a la audiencia, utilizar argumentos convincentes y fuentes creíbles, y utilizar técnicas persuasivas. El diseño persuasivo es una técnica que utiliza principios psicológicos para influir en el comportamiento de los usuarios y se utiliza en muchos ámbitos, desde la publicidad hasta la tecnología.



FORO ICA avanza

Jornadas de investigación, innovación y emprendimiento regional

FORO "ICA AVANZA" REUNIRÁ POR PRIMERA VEZ AL ECOSISTEMA DE INNOVACIÓN Y CRECIMIENTO DE LA REGIÓN ICA

El evento es organizado por el Grupo Impulsor y Entidades Asociadas del Proyecto "Ecosistema de Investigación, Innovación y Emprendimiento de la Región Ica 2.0", co financiado por Pro Innóvate y como Entidad Ejecutora, la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica.

Ica, 30 de octubre de 2023.- Los investigadores, innovadores y emprendedores de toda la región Ica podrán asistir por primera vez -y de manera gratuita- al Foro Ica Avanza "Jornada de Investigación, Innovación y Emprendimientos Regional", un evento de talla internacional que les permitirá escuchar experiencias nacionales e internacionales, crear oportunidades de alianzas estratégicas y adquirir conocimientos relacionados a investigación, innovación y desarrollo de emprendimientos.

"Nos sentimos muy entusiasmados de poder organizar un evento de esta importancia para los cientos de emprendedores de nuestra región, quienes podrán escuchar experiencias de otras provincias de nuestro país, así como casos internacionales de Chile, Argentina, Bolivia y México", informó Luis Vila, Director Ejecutivo de la Cámara de Comercio, Industria y Turismo de Ica. "En coordinación con Grupo Impulsor y Entidades Asociadas del Proyecto "Ecosistema de Investigación, Innovación y Emprendimiento de la Región Ica 2.0", y el co financiamiento de Pro Innóvate, hemos hecho viable esta importante iniciativa, con el compromiso de promover la colaboración mutua y generar alianzas estratégicas".

Durante las sesiones del foro, a realizarse los días 30 de noviembre y 1 de diciembre en la UTP de Ica, los participantes tendrán la oportunidad de presentar sus proyectos, debatir ideas y buscar socios para la implementación de sus iniciativas innovadoras, contribuyendo de esta manera al enriquecimiento del ecosistema regional y fortaleciendo la cultura de colaboración y el desarrollo sostenible de Ica. La participación en el Foro Ica Avanza "Jornada de Investigación, Innovación y Emprendimientos Regional", será abierta y gratuita previa inscripción en camaraica.org.pe/foro-ica-avanza/

Con exposiciones de Chile, Argentina, Bolivia y Perú, los asistentes podrán conocer experiencias del desarrollo industrial y educativo, ligados a la investigación, innovación y el emprendimiento. Entre los expositores se encuentran:

1. Federico Colonnese - Director de Emprendedores - Municipalidad de Mendoza (Argentina) Tema: Transformación digital en los gobiernos municipales - Ciudad de Mendoza
2. Omaira Saucedo Bendek - CMO y co-Fundadora de "Tu Gerente" (Bolivia)
3. Javier Román Roig - CFO y co-Fundador de "Tu Gerente" (Bolivia) Tema: Fortaleciendo mi modelo de negocio
4. Mario Reyes - Líder Metodológico - Wayra HISPAM (Chile) Tema: Lecciones aprendidas de iniciativas de Innovación Abierta en la región
5. Santiago Echevarría - Director - Centro de Ciencia, y Tecnología de Antioquía - CTA (Colombia) Panel: Desarrollo y principales resultados del Proyecto de "Ecosistema de Investigación, Innovación y Emprendimiento de la Región Ica"
6. Mónica Reyes - Directora de Proyectos - The Board Perú - Panel: Empresarias Regionales: Innovación y Empoderamiento

Contacto de prensa:

César Cárdenas

cesarc@efectoestrategia.pe

987937815

EL PRODUCTO EN VENTAS

EL CAMINO HACIA EL ÉXITO COMERCIAL

Adrian Klinar

Especialista en Gestión Comercial y Financiera



La venta de productos es una parte fundamental de cualquier negocio. Ya sea que estemos hablando de una tienda minorista, un comercio electrónico o un vendedor independiente, la capacidad de vender un producto de manera efectiva es esencial para el éxito. Y una de las claves para lograrlo es conocer a fondo el producto que estamos vendiendo. En este artículo, exploraremos cómo este conocimiento puede marcar la diferencia en el proceso de ventas.

1. La Confianza del Cliente

Uno de los beneficios más evidentes de conocer a fondo un producto es que genera confianza en el cliente. Cuando un vendedor demuestra un conocimiento profundo sobre lo que está vendiendo, el cliente tiende a sentirse más seguro en su decisión de compra. Esta confianza se traduce en una mayor probabilidad de cerrar la venta, ya que el cliente percibe al vendedor como una fuente confiable de información.

Imagina que estás buscando comprar un celular y te diriges a dos tiendas diferentes. En la primera tienda, el vendedor puede responder a todas sus preguntas sobre las especificaciones técnicas, las características y las ventajas del teléfono que está considerando. En la segunda tienda, el vendedor apenas puede proporcionar información básica. ¿Dónde se sentiría más inclinado a comprar? La respuesta es clara: en la primera tienda, donde el vendedor conoce el producto.

2. La Capacidad de Responder Preguntas

Los clientes suelen tener preguntas específicas sobre un producto antes de realizar una compra. Pueden estar interesados en conocer detalles técnicos, comparar el producto con alternativas disponibles en el mercado o entender cómo se adapta a sus necesidades individuales. Si un vendedor no puede responder estas preguntas de manera satisfactoria, el cliente se sentirá frustrado y buscará en otro lugar.

El conocimiento profundo del producto permite al vendedor responder de manera precisa y completa las preguntas de los clientes. Esto no solo fortalece la confianza del cliente, como mencionamos anteriormente, sino que también agiliza el proceso de ventas al eliminar obstáculos que puedan surgir.

3. La Capacidad de Destacar las Características Relevantes

Cada producto tiene características que pueden ser

más relevantes para ciertos clientes que para otros. Al conocer a fondo un producto, un vendedor puede identificar las características clave que son más importantes para el cliente en particular y destacarlas en su presentación de ventas. Esto hace que el producto sea más atractivo y relevante para el cliente, lo que aumenta las posibilidades de cierre de la venta.

4. La Generación de Ventas Adicionales

Cuando un vendedor conoce a fondo un producto, está en una posición ideal para identificar oportunidades de ventas adicionales o ventas cruzadas. Puede sugerir accesorios, complementos o productos relacionados que mejoren la experiencia del cliente y aumenten el valor de la compra. Esta estrategia no solo beneficia al vendedor al aumentar el valor de la venta, sino que también satisface al cliente al proporcionar soluciones integrales a sus necesidades.

5. La Construcción de Relaciones a Largo Plazo

Una venta exitosa no se trata solo de cerrar una transacción en el momento, sino también de construir relaciones a largo plazo con los clientes. Cuando un vendedor demuestra un profundo conocimiento de los productos que vende, se convierte en un recurso confiable para el cliente. Esto puede llevar a ventas repetidas en el futuro, recomendaciones a otros clientes y una reputación positiva para el negocio.

6. La Adaptación a las Necesidades del Cliente

Cada cliente es único, y sus necesidades y preferencias pueden variar considerablemente. Un vendedor que conoce bien su producto puede adaptar su enfoque de ventas para satisfacer las necesidades específicas de cada cliente. Esto significa que puede ofrecer soluciones personalizadas y orientadas a la satisfacción del cliente, lo que aumenta las posibilidades de éxito en la venta.

En resumen, conocer a fondo un producto es fundamental para el éxito en las ventas. Genera confianza en el cliente, permite responder preguntas de manera efectiva, destaca las características relevantes, genera oportunidades de ventas adicionales, construye relaciones a largo plazo y se adapta a las necesidades del cliente. En última instancia, el conocimiento del producto no solo beneficia al vendedor, sino que también mejora la experiencia del cliente y contribuye al crecimiento y la prosperidad del negocio.



JÓVENES EMPRENDEDORES

COMO ALCANZAR EL ÉXITO EMPRESARIAL

Joe Arkales

Presidente del Club Emprendedores Jaguar – en Nuevo León / México - Monterrey



Los jóvenes emprendedores somos un ejemplo de constancia, perseverancia y disciplina para lograr lo que nos proponemos y buscamos en un futuro tener éxito en los negocios. Cada vez somos más los jóvenes emprendedores que nos atrevemos a poner en marcha esa idea que ronda en nuestra cabeza.

¿CUÁLES SON NUESTRAS MOTIVACIONES?

¡Son muchas! Trabajar por cuenta propia y sin rendir cuentas a un jefe, dejar de cumplir horarios, ganar independencia financiera y convertirnos en un referente son las principales motivaciones que hacen que nosotros los jóvenes no aventuremos a hacer realidad nuestros sueños y comenzar nuestro propio negocio.

¿TÚ TAMBIÉN PIENSAS EMPRENDER?

Afortunadamente, en estos tiempos, son muchos los casos de éxito que podemos encontrar en todo el mundo de jóvenes que han logrado destacar y recibir reconocimientos por su capacidad y perfil emprendedor y que han servido como inspiración para salir de la zona de confort y comenzar nuestro propio negocio. Y es que, muchas veces, lo único que necesitamos para decidarnos a hacer un gran cambio es un poco de inspiración, buscar los libros adecuados y esa palmadita en la espalda que nos dice: “Si ellos pudieron, ¡tú también puedes lograrlo!”

TIPS PARA ALCANZAR EL ÉXITO EMPRESARIAL:

1. SER TU PROPIO JEFE

- Emprender significa no tener jefes y gozar de mayor libertad; es decir, cuando emprendes tú decides qué hacer, cómo y dónde.

- Administrar tu propio tiempo y no tener un horario que cumplir de lunes a viernes suena perfecto, pero cuidado: esto conlleva una gran responsabilidad.

- ¡Tú eres el único responsable de tu propio éxito!

2. TRABAJAR EN LO QUE QUIERES

- Una de las más grandes ventajas de ser un joven emprendedor es que tienes la oportunidad de elegir el

trabajo que deseas.

- ¿Recuerdas aquella frase de Confucio que decía que quien escoge un trabajo que le guste no tendrá que trabajar ni un día más en su vida? Esto es un gran consejo que doy a los jóvenes.

- Cuando eres emprendedor, puedes tener tu trabajo soñado, aquello que no puede salir de tu cabeza y que te da gusto hacer.

- Esto es una gran ventaja, ya que quien trabaja en algo que le gusta lo hace con mayor motivación.

3. GENERAR MÁS INGRESOS

- Puede que, en un principio, comenzar un nuevo negocio sea complicado a nivel financiero. Sin embargo, emprender un negocio da la posibilidad de generar mayores ingresos a los que tendrías trabajando para alguien más.

4. CONOCER NUEVAS PERSONAS

- Otra de las grandes ventajas de emprender es que debido al ritmo de vida que exige mantener un negocio y lograr que sea exitoso, tú puedes socializar con nuevas personas que jamás imaginaste conocer.

5. OBTENER MAYOR SATISFACCIÓN PERSONAL

- Cuando un joven decide emprender comienza a trabajar por su propio éxito en lugar de hacerlo por el de los demás.

- Además, cuando emprendes y comienzas a tocar el éxito, llega un momento en el que el dinero deja de ser importante y comienza a moverte la satisfacción personal.

- El hecho de crear algo nuevo que puede ayudar y hacer felices a otras personas, trabajar en ello y ver cómo poco a poco comienza a crecer es el mejor premio que como emprendedor puedes recibir.



GESTIÓN DEL TIEMPO

GANÁNDOLE A LOS LADRONES DEL TIEMPO

Lucía de Nieri

Especialista en gestión y finanzas

Un tema muy importante para todo ser humano, que llevado a nuestro día a día, nos encontramos con que, el tiempo es un recurso limitado y valioso, que necesitamos aprender a operar.

Si llegamos a gestionarlo eficazmente, se volverá fundamental para el éxito personal, profesional y empresarial. Podemos decir, que, con el fin de ganar eficiencia y productividad, debemos utilizar la planificación, ejecución y control de la cantidad de tiempo, que dedicamos a determinadas actividades.

Con el modo de vida actual, conocer el tiempo de cada tarea que nos asignamos, permite definir prioridades, plazos y objetivos, lo que ayuda a lograr que la empresa o la organización NO presente retrasos, tanto en el trabajo de los empleados, como en el de las máquinas y sistemas ó las entregas que necesitamos hacer.

La gran cuestión aquí, no es saber, qué es la gestión del tiempo, sino poner en práctica este concepto.

¿Qué es la gestión del tiempo?

Es un proceso que se utiliza para planificar y controlar nuestro tiempo, para concluir satisfactoriamente las metas y objetivos, sean personales, laborales o sociales.

¿Qué importancia tiene la gestión del tiempo?

Totalmente convencida y, más que asegurar, que nuestra labor siempre este a tiempo, la gestión de este, ayudará a los profesionales a tener una mejor calidad de vida y a cumplir con los plazos, evitando estar siempre concluyendo con las justas las tareas, pues este es uno de los principales motivos del burnout y de un fuerte estrés.

Si logramos una mayor organización, el empleado o empresario, tendrá más motivación y disciplina para ejecutar sus ocupaciones, lo que permitirá poder tomarse tiempo libre durante la jornada laboral o terminarla antes y utilizar ese tiempo para avanzar otras tareas o quehaceres personales.

Una empresa, si tiene como prioridad, gestionar bien los plazos de entrega, logrará: Tener un clima organizativo más tranquilo, reducir el estrés y la ansiedad

- Permitir equilibrar el trabajo y la vida personal
- Asegurar la satisfacción del cliente y garantizar la ventaja competitiva.
- Reducir costos y ganar en eficiencia, es decir, producir más y mejor en menos tiempo. Maximizar la productividad
- Evitar errores, desperdicios y retrasos en la producción.

¿Quiénes son los ladrones comunes del tiempo?

- Procrastinación
- Interrupciones constantes
- Falta de organización

¿Cuáles son las Estrategias para una gestión efectiva del tiempo?

- Establecer metas claras
- Priorizar tareas
- Planificar con antelación
- Eliminar distracciones

¿La procrastinación, un tema que nos afecta a todos!
¿Qué es? Es la postergación o posposición es la acción o hábito de retrasar actividades o situaciones que deben atenderse, sustituyéndolas por otras situaciones más irrelevantes o agradables por miedo a afrontarlas o pereza a realizarlas Entonces!!

1. Empieza a planificar
2. Define las prioridades
3. Establece plazos
4. ¿Imprevistos predecibles?
5. Descentraliza el trabajo
6. Reduce la cantidad de reuniones

¿Cuáles son las herramientas para la gestión del tiempo?

- Calendario.
- Administrador de tareas o proyectos.
- Reloj administrador online.
- Aplicación para tomar notas (con plantillas).
- Seguimiento de hábitos.
- Herramientas de prevención de distracciones.
- Alertas y recordatorio



¿Cómo organizar mi tiempo?

1. Organiza tu tiempo y organiza tu vida. ...
2. Analiza cómo gastas tu tiempo. ...
3. Prioriza tus tareas y define un plan. ...
4. Define el tiempo para cada actividad. ...
5. Relajarte también ayuda. ...
6. Una cosa a la vez.

Estrategias para combatir la falta de tiempo

1. Reconoce que el tiempo es finito. ...
2. Aprende a aprovechar los tiempos muertos. ...
3. No olvides que es imposible hacer todo. ...
4. Establece prioridades. ...

5. Acostúmbrate a planificar. ...

6. Levántate más temprano.

Para aprender a gestionar el tiempo

1. Averigua en qué pierdes el tiempo. ...
2. Aprende a distinguir entre urgente e importante. ...
3. Crea un plan diario. ...
4. Diseña rutinas y cumple con ellas. ...
5. Establece límites de tiempo para las tareas. ...
6. Ordena y organiza tu entorno. ...
7. No pongas las tareas. ...
8. No intentes ser multitarea.

¡Llegó la Ranger 2024 a Incamotors - ICA!
Que venga lo imposible

Ford



FORD ALL NEW RANGER 2024

CONTÁCTANOS



Gift card
Repsol



Motorización de
3.0L V6 LION Diésel



Pantalla
Multitáctil de 12"



Asistente Ford
Co-Pilot 360

Desde **\$32,990**
S/131,960



NAVALE
QUIROZ

Telefono:
956275021

 Navale Quiroz - coach

APRENDAMOS A EMPRENDER

CAMINANDO MÁS ALLÁ EN LOS NEGOCIOS

Milagros Bohorquez
Emprendedora



Desde hace muchos años usamos la palabra emprendimiento, y con la pandemia, este término se volvió mucho más utilizado, pero que significa realmente esta palabra, La Real academia española la define como “el acto de acometer y comenzar una obra, un negocio, un empeño, especialmente si encierran dificultad o peligro”.

Por ello emprender va mucho más allá de solo tener una de negocio, o querer vender algo, debemos prepararnos, primero en hacer un plan de trabajo, conocer al cliente, identificar el producto en base a ello, destinar la inversión, destinar el tiempo y analizar el entorno del mercado y la situación actual, justamente para minimizar ese riesgo existente.

Es necesario emprender no solo para generar un ingreso económico personal, sino por que el movimiento de este dinero genera circulación económica en tu localidad, y esto hace que las personas puedan tener acceso a artículos o servicios necesarios mucho mas cerca de ellos, Emprender es un acto al cual no debemos tenerle miedo, pero si debemos identificarlas las variables adecuadas para no cometer errores o minimizar el impacto negativo de ellos.

Dividiremos este aprendizaje en dos aspectos básicos, la primera basada en el talento y las personas y la segunda basada en el análisis de la idea de negocio

El talento y las personas en el emprendimiento:

Lo primero que debes hacer es darles prioridad a tus talentos, por eso: Construye tu emprendimiento a partir de tu talento, esto te ayudará a tener mayor satisfacción sobre lo que haces, te motivará cada paso y tendrás la curiosidad por aprender e investigar mucho más que es fundamental para emprender y lo que te permitirá pensar en las mejores formas de darles un valor agregado a tu clientes por ello es necesario que pienses diferente a otros negocios, es decir no solo te centres en vender, sino es darle lo mejor al cliente, ofrecerle un producto o servicio como te gustaría recibirlo para ti.

Segundo, emprender no es fácil, pero uno de los aspectos más complicados es elegir bien a tus socios; la familia o la amistad es una cosa; pero a la hora de trabajar se pueden malinterpretar las cosas, por ello analiza muy bien que necesitas de un socio, lo ideal es que complemente aquellos aspectos que tu sientes

que tú no dominas para que puedan complementar el trabajo, es ideal que ambos aprendan a manejar los procesos de una manera estándar para que la calidad del producto sea la ideal, pero siempre ten en cuenta que esta persona debe ser tu soporte y tu ayuda, no solo económica sino en cada una de las tareas. Otro aspecto complicado es buscar buenos consejeros o asesores que se comprometan con nuestro proyecto, en este caso un dato importante, procura que sean personas ajenas a tu entorno.

Tercero, entrega el producto o servicio que a ti te gustaría recibir, de esa forma trabajas para que el cliente siempre regrese, porque, si tú no estas conforme con lo que recibes, entonces tu cliente tampoco, si hablamos de percibles con mucha mayor razón, se tan exigente como tú mismo, y no le restes importancia al servicio al cliente, por que el cliente espera lo mejor de ambos lados.

Cuarto, destaca los valores que buscas fomentar en tu equipo, porque se enseña con el ejemplo, por ello, sé humilde, se agradecido y sobre todo ten siempre la disposición para ofrecer lo mejor, recuerda que el servicio y la atención son tu carta de presentación, si eso impacta, y el producto es bueno, mantienes cerca a tu cliente.

Quinto, uno de los principales aspectos por lo que debes buscar tu emprendimiento en base a tus talentos es por que de esa forma disfrutaras de tu trabajo y te olvidarás que estas trabajando, si te dedicas a lo que realmente te gusta, nunca más tendrás que trabajar, por el contrario, la actividad que realices para tu negocio será la mejor, no olvides observar, en tu negocio, ser curioso es bueno, investigas, conoces, y entiendes a tu cliente, apóyate en tu equipo, escúchalos, hazlos participes e involúcralos en las mejoras constantes, no solo en lo que quieres que realicen, sino en las ideas para mejorar.

Y por último y no menos importante, ten paciencia por que hacer que tu negocio sea conocido no es fácil, y podemos llegar a desanimarnos, ¡pero no! Para eso mide tus resultados y verifica como va el proceso en tu avance, claro no esperes comparar semanas, pero mide el diferencial de los tres primeros meses.

Por otro lado, vamos por la segunda parte: El Análisis de la idea de negocio en el emprendimiento:

Primero, si bien es necesario que identifiques tu talento, verifica DONDE, tu talento o tu preferencia que ya está convertida en tu idea de negocio, es necesaria o se requiere para satisfacer una necesidad, esa acción es llamada: Identifica un nicho de mercado; porque es básico que encontremos el lugar o zona adecuada para la instalación de nuestra idea de negocio. Para ello es importante que trabajes es un plan de negocios que te ayude a plasmar tus ideas (o ese desorden que haz generado en tu cabeza) y que las ordenes de una mejor manera, eso te permitirá enfocarte adecuadamente en lo que buscas conseguir.

Segundo: Entiende el mercado meta, estúdialo, observa, analiza, cuanto están dispuestos a pagar, que se vende en los alrededores, como le gusta a la gente le producto, que negocio tiene mayor acogida, todo, absolutamente todo es observable y analizable, no lo dejes pasar por mas insignificante que parezca y aquí viene lo más importante, Define un nombre atractivo e identidad para tu marca, y dale una verdadera identidad, si ya ha tomado la decisión de invertir entonces también dale un presupuesto a su identidad, y con ello viene la formalización, sabemos que esto tiene un costo, pero debes analizar que quieres hacer realmente con tu negocio y hasta donde lo quieres llevar

Tercero: La Inversión puede ser un tema complicado; Ppero eso lo veremos en el próximo capítulo; por el momento céntrate en invertir solo lo necesario y mantén los costos fijos al mínimo posible, procura en avanzar día con día, y sobre todo no tocar lo que ingresa en ventas, eso debe servirte para crecer, solo de esa forma podrás ir viendo el crecimiento, parte de la inversión no solo va en el producto, sino también en la presentación, el packing, los adicionales, los regalitos, etc y esto conéctalo donde hoy están las personas, es necesario que abras las redes sociales para tu marca, Identifica los canales de venta ideales e invierte en publicidad, puede ser en contenido, fotos, videos, etc la idea es que lo hagas permanente y así las personas vayan conociendo tu producto y lo que estas ofreciendo, haz que la gente se quede con tu nombre en la mente, recuerda que el comercio electrónico es importante para crecer, no le restes importancia, y más aun en épocas como esta donde la gente ya se acostumbro a pedirlo por delivery, pero quiere ver antes de pedir.

Cuarto: Crea procesos y distribuye el trabajo, este será el momento en que dejaras de hacer las cosas solo, y debes comenzar a delegar, no podrás estar en todos

lados al mismo tiempo, por ello es necesario que asignes responsabilidades a tu equipo y que les hagas entender lo que quieres entregarle al público, tu tarea es analizar oportunidades de mejora y crecimiento, en cada venta, en cada recomendación del cliente, nuevamente, obsérvalos, escúchalos, pregunta que quieren recibir y procura mejorar cada día.

Quinto: No le tengas miedo a los préstamos, estos ayudan a crecer pero si estas iniciando, Endeudarse debería ser la última opción, es preferible que conforme vas avanzando busques alianzas estratégicas.

Y aquí lo esencial, ya no es solo tu nombre, ahora también es tu imagen, tu marca y con ello viene la responsabilidad de cuidar tu reputación y la del negocio, recuerda que como te ven, te tratan y en una sociedad donde todo se publica, tu reputación y atención es básica, primordial y vital, cuídala y dale potencial.



GANANDO

“TODOS QUIEREN, PERO NO TODOS SABEN CÓMO”



Luis Puppi Ugaz

Asesor y Consultor Empresarial.

Resumen condensado por Lic. Fidela Cerón

¿Qué implica ganar?

De acuerdo con Jack Welch, ser ganador en los negocios es maravilloso porque cuando las compañías ganan, las personas prosperan y crecen. Hay más trabajos y más oportunidades en cualquier lugar y para cualquier persona.

Las organizaciones ganadoras y las personas que trabajan en ella son el motor de una economía saludable. Para un individuo el ganar es personal. En el mundo de los negocios, el ganar es multidimensional.

Un vendedor exitoso, por ejemplo, se ayuda no solo a sí mismo si no también a la compañía y a todo el que esté conectado con él. Aun el más talentoso negociador con la mejor intención no llegará a ningún lado a menos de que él o ella sepa cómo ganar en el mundo de los negocios actual.

En este artículo aprenderá:

La importancia del establecimiento de la misión y los valores de la compañía.

Cómo la falta de candidez es mala para los negocios.

La diferenciación no es cruel ni Darwiniana, pero sí justa y efectiva.

Cómo manejar las crisis bajo la guía de un plan de acción.

El arte de contratar ganadores, dirigir personas y tomar medidas cuando se llega el tiempo.

Cómo encontrar el trabajo que amará, obtener una promoción y manejar el balance de la vida con el trabajo.

PRIMERA PARTE Debajo de Todo

Misión y Valores

La misión anuncia exactamente hacia donde se dirige, y los valores describen los comportamientos que lo llevarán allí.

Primero: Acerca de la Misión:

Una misión efectiva básicamente responde una pregunta: “¿Cómo pretendemos ganar en este negocio? Esto requiere organizaciones que hagan cambios con respecto a las personas, investigaciones y otros recursos.

Una misión efectiva establece el balance de lo posible y lo imposible. Da a las personas un claro sentido de dirección de rentabilidad e inspiración para sentir que

ellas son parte de algo grande e importante.

Y ahora acerca de esos Valores:

El equipo ejecutivo debe ir en el camino de asegurarse de que han creado una atmósfera donde la gente siente que es su obligación contribuir.

Está en los detalles:

Aplicar el valor “Nosotros tratamos a nuestros clientes de la forma en que les gustaría ser tratados” esto es muy tangible, pero las Organizaciones ha identificado un número de comportamientos que hacen que este valor cobre vida, estos son:

* Dar a los clientes un trato bueno y justo.

* Siempre buscar formas de hacer que sea más fácil negociar con nosotros.

* Comunicarse diariamente con sus clientes. Si ellos le hablan a usted, no pueden estarle hablando a la competencia.

* No olvide dar las gracias.

Para que la misión y los valores de una organización realmente funcionen juntos como una propuesta ganadora, ambas deben ser mutuamente reforzadas.

* Candidez: El más sucio pequeño secreto en los negocios

El efecto Candidez

Primero, la candidez atrae a más personas en una conversación.

Segundo, genera velocidad y tercero, reduce los costos.

La candidez es vital para ganar, es difícil y consume tiempo para inculcar en cualquier grupo, no importa el tamaño.

Pero puede lograrse. Para tener candidez, recompensas, alabas y hablas de ello. Haces que los héroes sobresalgan de otras personas demostrándolo, aun cuando no son los jefes.

* Diferenciación: ¿Cruel y Darwiniana?

Las organizaciones ganan cuando sus directivos hacen una clara y significativa distinción entre los perfiles altos y bajos de los negocios y las personas. La diferenciación es la más eficiente y efectiva forma de aplicar en la compañía, y también sirve para ser más justo y amable.

Cada organización tiene fuertes negocios o líneas de negocios, también tienen débiles y otros en medio. La diferenciación requiere directivos que sepan cual es

cual e invertir correctamente.

En GE, "fuerte" significaba que un negocio era N°1 o N°2 en su mercado. Si no lo era, los directivos tenían que arreglarlo, venderlo o como última opción, cerrarlo.

Diferenciación y Personas

Este proceso requiere que los directivos asesoren a sus empleados y los separen en 3 categorías, en términos de funciones: Alto = 20%, medio = 70% y bajo = 10%. Luego se requiere que los jefes actúen de acuerdo a esta distinción.

El 20% manejado en base a premios, el 70% se trata de identificar personas con potencial que puedan moverse hacia lo alto y cultivarlos y el 10% en diferenciación saben que deben irse de la organización.

* Voz y Dignidad

Cada persona en el mundo quiere voz y dignidad, y cada una de ellas lo merece. Pero la mayor parte de personas en la mayoría de organizaciones no dicen nada porque sienten que no pueden y porque tampoco se les pregunta.

En un esfuerzo por crear un ambiente donde las personas puedan sentirse cómodas expresando opiniones y realizando preguntas, el proceso de entrenamiento nació y llevo a GE a diversos lugares alrededor del mundo.

SEGUNDA PARTE Tu Organización

* Liderazgo: No es solo suyo

Que hacen los líderes:

1. Mejoran a sus equipos, usando cada encuentro como una oportunidad de evaluar, dirigir y construir la confianza en sí mismos.
2. Se aseguran de que las personas no solo vean la misión, sino que la vivan y la respiren.
3. Se meten en la piel de todos, sacando la energía positiva y optimismo.
4. Establecen la verdad con candidez, transparencia y credibilidad.
5. Tienen el coraje de tomar decisiones desconocidas y presentimientos.
6. Prueban y presionan con curiosidad que las fronteras de escepticismo, aseguran que sus preguntas son respondidas con acciones.
7. Inspiran la toma de riesgos y aprenden poniendo ejemplos.
8. Celebran. La celebración hace que las personas se sientan como ganadoras y crea una atmosfera de reconocimiento y energía positiva.

Contratación: ¿De qué están hechos los ganadores?

Contratar buenas personas es difícil. Contratar grandes personas es brutalmente difícil.

Nada importa más en ganar que tener a las personas correctas en el campo. Antes de pensar en considerar personas para un trabajo, deben pasar a través de 3 pruebas.

La primera prueba es la integridad, la persona con integridad dice la verdad, toma responsabilidad, admite sus errores y los corrige.

La segunda prueba es la inteligencia y

La tercera es la madurez con la que manejan diversas situaciones.

* Dirección de personas

Las 6 prácticas fundamentales para la dirección de personas son:

1. Elevar el recurso humano a una posición de poder en la organización y asegurar que las personas tengan cualidades especiales que ayuden a los directores a construir líderes y carreras.
2. Usar un riguroso sistema de evaluación no burocrático que realmente supervise su integridad.
3. Crear mecanismos efectivos (dinero, reconocimiento y entrenamiento) para motivarlo y retenerlo.
4. Enfrentarse directamente con relaciones cargadas.
5. Pelear duramente. En vez de tomar el 70% como garantía, trátelos como el corazón y alma de la organización.
6. Diseñe la estructura organizacional lo más plana posible, con un reporte claro de relaciones y responsabilidades.

* Formas de despedido

Algunas veces las personas tienen que retirarse debido a las violaciones, debido a los descensos económicos y a los daños de la integridad para el incumplimiento. Para las violaciones de la integridad. Los despidos debido al económico son más complicados. Cada empleado debe saber lo que la compañía está haciendo. De esa forma si ocurren los despidos, por lo menos la gente tendrá cierto nivel de preparación.

Lo más complejo y delicado es cuando el individuo tiene que ser retirado debido a la degradación de las prestaciones.

¿Cómo puede usted conseguir estar en lo correcto?

Primero, ninguna sorpresa. Un proceso de evaluación informa y prepara a gente en una capacitación.

En segundo lugar, reduzca al mínimo de la humillación; aumente la confianza en sí mismo de la persona. Haga saber al individuo que es un buen trabajo para él y hacia fuera de allí.



TIP EMPRESA

DIRECTOR: Raul Salgado

EDITOR: Julio Ortiz

COLABORACION ESPECIAL:

- Navale Quiroz
- Martin Parra
- Gerardo Lugo
- Alejandro Castro
- Adrian Kliner
- Joe Arkales
- Lucia de Nieri
- Milagros Bohorquez
- Luis Puppi

