

# TIP EMPRESA

LA REVISTA ESPECIALIZADA EN EL EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI

Nº 29 Enero 2024

## HERRAMIENTAS EMPRESARIALES

OPERACIONES  
COMUNICACIÓN  
COMERCIAL  
FINANZAS

## REALIDAD VIRTUAL Y EMPRENDEDORES

USOS Y ESTRATEGIA

## MITOS DEL EMPRENDIMIENTO

CONÓCELOS

**STORYLIVING:**  
DESPIERTA  
A TU MARCA









# EDITORIAL

La persistencia en los negocios se refiere a la capacidad de continuar esforzándose por alcanzar los objetivos comerciales a pesar de los obstáculos, desafíos y fracasos. Ese es el poder de mantenerse fiel a su visión, adaptarse y aprender continuamente en el proceso.

Las pequeñas empresas a menudo se enfrentan a la inestabilidad del mercado. La perseverancia ayuda a superar estos desafíos, manteniendo el rumbo incluso cuando las cosas no salen según lo planeado.

Los obstáculos son comunes en cualquier negocio. La capacidad de perseverar permite a los emprendedores encontrar soluciones creativas y seguir avanzando.

La persistencia también es esencial para construir y mantener relaciones a largo plazo con clientes, proveedores y socios.

Perseverancia en acción: una historia de éxito

Permítanme contarles una breve historia: Google inicialmente enfrentó el rechazo de los inversores y desafíos en el desarrollo de productos. Sin embargo, su persistencia en mejorar el producto y encontrar financiación finalmente condujo a una ronda de financiación exitosa y al reconocimiento del mercado. Google tuvo que buscar más de 350 inversores antes de conseguir el primer billete de inversión.

Hay otro caso de un diseñador emergente que lucha por hacerse un nombre en una industria competitiva. A base de perseverancia, superaron rechazos y críticas, adaptando sus diseños y estrategias hasta lograr una marca reconocida.

Para tener éxito, debes tener objetivos claramente definidos te ayudará a mantener el enfoque y la motivación. Desarrollar un plan de negocios flexible que le permita adaptarse es importante para afrontar los cambios del mercado.

Perseverar no significa trabajar hasta el agotamiento. Mantener un equilibrio saludable entre el trabajo y la vida personal y cuidar su salud mental es esencial para sostener los esfuerzos a largo plazo.

La perseverancia es más que simplemente avanzar; Es un enfoque consciente y estratégico de los objetivos empresariales. Se trata de adaptarse, aprender y mantener la visión, incluso cuando el camino sea difícil. Para las pequeñas empresas, la perseverancia puede ser la fuerza impulsora que las lleve desde sus humildes comienzos hasta la realización de sus sueños más ambiciosos. En un mundo donde el fracaso es algo común, la perseverancia marca la diferencia y puede conducir al éxito a largo plazo





# CONTENIDOS

<b>REALIDAD AUMENTADA EN EL EMPRENDIMIENTO</b>	<b>06</b>
La RA es una tecnología que superpone información digital en el mundo físico, creando experiencias interactivas en tiempo real.	
<b>FUNCIONES EMPRESARIALES EN EMPRENDIMIENTO</b>	<b>10</b>
El líder del negocio o emprendimiento debe dominar cada área que conforma el negocio para ser rentable y sobrevivir.	
<b>MITOS DEL EMPRENDIMIENTO</b>	<b>12</b>
El emprendimiento en Perú y Latinoamérica se encuentran todavía en sus primeros pasos; a reserva de unicornios como Rappi, Nubank o Kavak.	
<b>HERRAMIENTAS DE ÉXITO EN SST</b>	<b>14</b>
En el transcurrir del tiempo, los riesgos han ido aumentando cada vez más. Esto configura un mayor reto de Seguridad y Salud en el Trabajo.	
<b>FEEDBACK EN EL EMPRENDIMIENTO</b>	<b>16</b>
En el dinámico mundo del emprendimiento, cada esfuerzo cuenta. El feedback positivo no solo reconoce, sino que también motiva.	
<b>PROSPECCIÓN EN VENTAS</b>	<b>20</b>
La prospección efectiva es el cimiento de una estrategia de ventas robusta. Más allá de la búsqueda de nuevos clientes, se trata de cultivar relaciones.	
<b>STORYLIVING</b>	<b>22</b>
El año 2024 nos recibe con 365 días de oportunidades y experiencias de 360 grados, prometiendo un viaje emocionante.	
<b>3 CARACTERÍSTICAS QUE DEBE TENER UNA WEB EXITOSA</b>	<b>24</b>
Si estás aquí, es porque sabes que tener una presencia en línea efectiva es clave en el mundo actual. Hoy vamos a sumergirnos en este mundo.	
<b>SIN EMOCIÓN SIN CONEXIÓN</b>	<b>28</b>
Alguna vez has escuchado la frase de la escritora Maya Angelou, que dice “La gente olvidará lo que dijiste, olvidará lo que hiciste, pero nunca olvidará cómo la hiciste sentir “.	

**Ediciones anteriores**







# RA EN EL EMPRENDIMIENTO

## LA REALIDAD AUMENTADA COMO VENTAJA COMPETITIVA

Raúl Salgado

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



En el dinámico mundo empresarial, la adopción de tecnologías innovadoras puede ser un diferenciador clave. La realidad aumentada (RA) se ha convertido en una herramienta poderosa que brinda a las pequeñas empresas una oportunidad única de competir en mercados saturados. Este artículo de 1600 palabras explora la importancia de la RA como ventaja competitiva en las pequeñas empresas, ilustrada por una historia de éxito de la industria de la moda.

La realidad aumentada es una tecnología que superpone información digital en el mundo físico, creando experiencias interactivas en tiempo real. A diferencia de la realidad virtual, que crea un entorno completamente artificial, la RA mejora los entornos reales con capas digitales, proporcionando una experiencia más integrada y accesible para los usuarios.

### La ventaja competitiva de la realidad aumentada

La realidad aumentada puede transformar la experiencia de compra al brindarles a los clientes interacciones más ricas con los productos. En las pequeñas empresas, donde la personalización y la experiencia del cliente son esenciales, la RA puede ser un diferenciador clave.

AR permite a las empresas crear campañas de marketing ricas y memorables. Las pequeñas empresas pueden utilizar esta tecnología para atraer la atención del cliente de una manera que antes solo estaba disponible para empresas más grandes con grandes presupuestos de marketing.

AR también puede optimizar las operaciones internas, desde el diseño del producto hasta la logística. Para las startups, esto significa poder hacer más con menos recursos, aumentar la eficiencia y reducir costos.

Estudio de caso: Negocio de moda y realidad aumentada

Considere una pequeña empresa de moda emergente que se especializa en ropa personalizada. A pesar de su diseño innovador, enfrenta el desafío de diferenciarse en un mercado altamente competitivo y ofrecer una experiencia de compra única.

### Implementación de realidad aumentada

#### Prueba virtual

La prueba virtual, implementada mediante realidad aumentada, permite a los clientes visualizar cómo quedará una prenda o accesorio sin tener que usarlo. Usando la cámara de un teléfono inteligente o tableta, o a través de un espejo inteligente en una tienda, los usuarios pueden ver superposiciones digitales de elementos en sus imágenes en tiempo real. Esta innovación mejora drásticamente la experiencia de compra, brindando comodidad y una forma interactiva de probar rápidamente múltiples opciones. Es especialmente útil para tiendas online, donde no poder probarse un producto físicamente puede ser una barrera para la compra. Además, reduce la probabilidad de devoluciones y cambios porque los clientes comprenden mejor la apariencia del producto antes de realizar la compra.

#### Marketing interactivo

Marketing interactivo con realidad aumentada crea campañas publicitarias atractivas e inmersivas que captan la atención de los clientes de nuevas maneras. Por ejemplo, con la RA, los anuncios impresos se transforman en experiencias tridimensionales y los escaparates de las tiendas pueden mostrar productos en movimiento o cambiar su diseño al instante. Estas campañas permiten a los clientes interactuar con los productos de maneras que van más allá de lo visual, como ver características adicionales, opciones de personalización o incluso visualizar cómo se vería el producto en un entorno diferente a su propia escuela. Esta tecnología no sólo mejora la participación del cliente, sino que también aumenta el recuerdo de la marca y las tasas de conversión potenciales al brindar una experiencia publicitaria única y memorable.

## Diseño y Fabricación

En diseño y fabricación, la realidad aumentada facilita la visualización y modificación de productos en tiempo real, acelerando el proceso de desarrollo. Los diseñadores pueden utilizar la RA para probar diferentes estilos, colores o texturas en sus diseños sin necesidad de un prototipo físico, lo que permite una mayor flexibilidad y experimentación. La tecnología también se puede utilizar durante la fase de fabricación para simular el proceso de ensamblaje y la apariencia del producto final, lo que ayuda a identificar y solucionar problemas potenciales antes de que comience la producción. Además, en la etapa de control de calidad, la RA puede ayudar a mostrar productos en diferentes entornos y condiciones de uso, garantizando que cumplan con los estándares requeridos antes de que lleguen al mercado. En general, la RA en el diseño y la fabricación no sólo ayuda a reducir costes y tiempos, sino que también promueve la innovación y la calidad del producto.

## Mejorar la experiencia del cliente en la tienda

La realidad aumentada (AR) puede transformar completamente la experiencia de compra en las tiendas físicas. Por ejemplo, mediante espejos virtuales o quioscos interactivos, los clientes pueden probarse diferentes prendas o complementos sin tener que cambiarse. Estos espejos o quioscos utilizan AR para superponer digitalmente productos en las imágenes de los clientes, permitiéndoles ver cómo se verán los diferentes estilos, colores o tamaños en tiempo real. Esta tecnología no sólo es conveniente, sino que también aporta un elemento de diversión y compromiso a la experiencia de compra, lo que puede aumentar el tiempo que los clientes pasan en la tienda y, en última instancia, impulsar las ventas. Además, la RA puede proporcionar información adicional sobre el producto, como origen, material o sugerencias de estilo, mejorando así la experiencia educativa y de compra del cliente.

## Análisis de datos y comentarios de los clientes

Las implementaciones de AR ofrecen importantes oportunidades para recopilar datos y comentarios de los clientes de una manera interactiva y atractiva. Por ejemplo, al interactuar con aplicaciones AR, se puede rastrear y analizar el comportamiento del cliente, como qué productos están más interesados o cuánto tiempo pasan interactuando con ciertos elementos. Esta información es invaluable para las pequeñas empresas porque proporciona información sobre las preferencias y el comportamiento de los

clientes, lo que a su vez puede informar el inventario, el marketing y el diseño de productos. Además, las experiencias de RA pueden incluir opciones de comentarios instantáneos donde los clientes pueden dejar reseñas o calificaciones de sus productos de una manera fácil y divertida. Este tipo de interacción no sólo fomenta la participación del cliente, sino que también proporciona a las empresas datos en tiempo real que pueden utilizarse para mejorar la experiencia del cliente y ajustar las estrategias comerciales.

La adopción de la realidad aumentada ha permitido a esta empresa de moda ofrecer experiencias únicas, aumentar la satisfacción del cliente y obtener una importante ventaja competitiva. Sus campañas de marketing de RA han atraído un interés generalizado, aumentando su visibilidad y atractivo, especialmente entre audiencias más jóvenes y conocedoras de la tecnología.

La RA es más que una moda pasajera; representa una nueva era en la interacción digital. Para las pequeñas empresas, la integración de la RA en sus operaciones y estrategias de marketing puede abrir nuevas oportunidades, permitiéndoles competir eficazmente con empresas más grandes.

A pesar de sus muchos beneficios, la implementación de AR también presenta desafíos. Las empresas emergentes deben considerar los costos de desarrollo, la necesidad de habilidades técnicas especializadas y la importancia de crear experiencias de realidad aumentada que brinden valor real a los clientes.

## Aplicaciones de realidad aumentada para propietarios de pequeñas empresas

1. Aumentada permite a los clientes visualizar cómo se verían diferentes prendas o accesorios en ellos o en un maniquí virtual. Por ejemplo, los clientes pueden apuntar con su teléfono a un maniquí y ver cómo les queda un vestido en particular, cambiando de color y estilo en tiempo real.

2. Arize es una plataforma que permite a los especialistas en marketing crear experiencias de RA sin programación avanzada. En una tienda de moda, podría usarse para crear ventanas interactivas donde los clientes escanean códigos QR y ven cómo se ve la ropa en movimiento, con modelos virtuales que muestran estilos y diseños en diferentes combinaciones.

3. Quiver: mientras Quiver se enfoca en crear páginas coloridas usando AR, las tiendas de moda pueden





usarlo para campañas de marketing interactivas. Por ejemplo, podrían distribuir folletos o páginas para colorear que, cuando se escanean con una aplicación, muestran un desfile de moda virtual o revelan descuentos exclusivos.

4. ROAR es ideal para enriquecer catálogos de productos con contenido AR. Las tiendas de moda pueden crear catálogos impresos que al escanearse con la aplicación muestran vídeos de los productos en uso o proporcionan información adicional sobre materiales y cuidados de la ropa, creando una experiencia de compra inmersiva: comprar es más rico, más completo, más educativo.

5. ZapWorks permite a las empresas crear sus

propias experiencias de RA. Una tienda de moda podría usarlo para diseñar un escaparate virtual personalizado donde los clientes puedan ver cómo queda la ropa en diferentes formas del cuerpo o combinada con otros artículos de la tienda. También pueden crear guías de estilo interactivas accesibles a través de AR.

Cada una de estas aplicaciones ofrece una forma única de enriquecer la experiencia de compra en boutiques, desde pruebas virtuales hasta marketing interactivo y capacitación sobre productos. Al integrar estas tecnologías AR, las tiendas de moda no solo mejoran las interacciones con los clientes sino que también se posicionan como marcas innovadoras y tecnológicamente avanzadas.



# FUNCIONES EMPRESARIALES

## CÓMO AFECTAN EN LA RENTABILIDAD DEL NEGOCIO

Carlos Delgado

Especialista en Negocios



El mundo empresarial no es un juego de niños, si no te preparas te vas a descalabrar, para iniciar un negocio o un emprendimiento y terminar con ansiedad laboral o estrés empresarial, sino por el contrario, el disfrutar y observar ganancias hay que prepararse de manera integral, no solo ventas, no solo innovaciones, precios o marketing digital, la motivación, finanzas lo que sea. El líder del negocio o emprendimiento debe dominar cada área que conforma el negocio para ser rentable y sobrevivir en esta nueva economía, veamos cada una de que se trata: Se le conoce con las funciones empresariales Mercadotecnia (marketing) y Ventas, Operaciones (producción), Finanzas, Contabilidad, Recursos Humanos.

Marketing, es todo lo que hacemos para alcanzar y persuadir a nuestro público objetivo (convencer a tus clientes que tú eres la mejor empresa o negocio para ellos) investigación de mercado, demanda oferta y el proceso de ventas, es todo lo que hacemos para cerrar la venta y obtener un acuerdo o contrato. Operaciones, que es, una empresa sin producto (bien o servicio) donde se tienen que transformar las materias primas, insumos, combinado con mano de obra, conocimientos, capital, etc. permitiendo la entrega final de productos al mercado.

Finanzas para la empresa o negocio es el análisis y gestión del dinero (ingresos, gastos, costos, inversión y financiamiento) evitar quiebra no por falta de ventas, sino por una mala administración, es contar con el efectivo suficiente para asumir compromisos de pagos (proveedores, colaboradores, impuestos, etc.). Contabilidad se tiene que registrar las transacciones diarias, controlar los ingresos y gastos, contabilizándolo correctamente, para brindar información financiera oportuna para la toma de decisiones. Recursos humanos o personal, se tiene que definir las funciones, responsabilidades, diseñar los puestos de trabajo, determinar el sistema de remuneraciones, relaciones con los empleados, con el propósito de formar colaboradores competitivos y motivados.

A estas funciones debemos agregarles Creación de

Valor y Administración, el valor de un producto o la creación de valor tiene el objetivo de validar que tal producto o servicio será deseado por un grupo sostenido de consumidores o clientes de cierto mercado, también es la capacidad que tiene los negocios de generar utilidades a través de una actividad económica, ejemplo la calidad de atención, la innovación de características físicas de un producto. La administración o sistematización tiene por objetivo que un negocio funciones por si solo este presente el dueño o no y conseguir el doble de resultados mientras se trabaja menos para crecer con procesos, herramientas e indicadores de gestión.

**El líder del negocio o emprendimiento debe dominar cada área que conforma el negocio para ser rentable y sobrevivir.**

El primer paso que debe crear todo emprendedor es la misión y visión de su negocio o empresa (direccionamiento estratégico) sin dirección de lo que realmente quieres conseguir o solucionar con un negocio, no hay nada, es como gestionar un negocio correctamente.

Un producto copiado o lanzado solo porque si, que no ofrezca un beneficio específico o no lo puedas explicar no sirve de nada, donde cada día vemos una saturación de productos o servicios y más en el posicionamiento de los canales digitales, en un mundo globalizado, hoy en día se compite contra todo el mundo y con negocios o empresas de todos los tamaños, hoy se puede comprar cualquier producto online y mañana te lo están entregando. Los negocios tienen que enfocarse en obtener rentabilidad, el mercado cambia, hay que analizar el mercado para identificar que desean o necesitan los consumidores actualmente o que no está ofreciendo la competencia.

Al final de un periodo de corto o mediano plazo, no es lo mismo utilidad que rentabilidad, en el primero se obtiene descontando a los ingresos todos los gastos en





cambio la rentabilidad es lo que rinde una inversión ósea es la ganancia que se obtiene, es comparar tu utilidad con lo que hayas invertido. La rentabilidad refleja como gestionaste tus inversiones y ahí es donde después de estructurar tu negocio o empresa (funciones empresariales) debes de concluir con una rentabilidad en porcentaje, que varía de acuerdo al rubro al que te dedicas, comercio, servicio, extracción, industria.



# MITOS DEL EMPRENDIMIENTO

## CÓMO AFECTAN A LAS EMPRESAS Y SUS LÍDERES

Juan Carlos Lima

CEO Grupo Lima



El emprendimiento en Perú y Latinoamérica se encuentran todavía en sus primeros pasos; a reserva de unicornios como Rappi, Nubank o Kavak, la mayoría de las empresas y los emprendimientos se caracterizan por ser del tipo tradicional, es decir, que obedecen a la correlación de capital inversión=crecimiento. Dejando de lado las preocupantes estadísticas sobre los emprendimientos en la región, cuando nos preguntamos cuales podrían ser las principales razones por las que los nuevos negocios no prosperan, nos vienen ideas como:

- Falta de un ecosistema emprendedor
- Falta de apoyo institucional que promueva el emprendimiento
- Emprendimiento empírico (prueba y error)

La realidad de las cosas es que estas razones son válidas, sin embargo, existen múltiples pensamientos o mitos comúnmente aceptados que afectan la percepción del emprendimiento.

“Si cuento mi idea de negocio corro el riesgo de que me la roben”. “Hasta que no tenga mi producto perfecto no puedo sacarlo al mercado”. Éstos son algunos mitos que rodean al emprendedor que se enfrenta por primera vez al lanzamiento de su startup.

¿Pero qué tienen de real y cuánto de irracional? El proceso de crear un proyecto emprendedor está rodeado de temores, que en muchos casos son infundados. Forbes publicó la lista de 5 mitos falsos que debes evitar si quieres emprender.

1. No puedo sacar mi producto al mercado hasta que no esté perfecto

Un mito recurrente. ¿Cuándo es el momento óptimo para lanzar tu proyecto al mercado? La respuesta corta es: “En cuanto se pueda usar”. Cuando un startup diseña las funcionalidades que debe tener su producto o servicio para ser aprovechado al máximo, no es necesario esperar a que todas ellas estén desarrolladas para lanzarlas al mercado. De hecho, la metodología Lean Startup muestra lo contrario: es mejor probar una versión básica de tu producto e ir incorporándole sucesivas funciones y mejoras según lo que aprendas sobre tus clientes. De esta manera evitas gastar dinero, tiempo, esfuerzo y recursos en desarrollos que puede que a tus clientes no les satisfaga. Piensa ahora en Facebook y en todas las funcionalidades

que integra. Éstas no existían en la primera versión de la red social, que solo ofrecía un muro básico para compartir contenidos y ver lo que otros vertían en los suyos. A medida que Facebook aprendió cómo usaban los internautas su red social fue incorporando mejoras. Si Mark Zuckerberg hubiera esperado a tener desarrolladas todas las funciones habría perdido mucho tiempo -y quizás otro competidor se le habría adelantado.

2. Si cuento mi idea, me la robarán

Uno de los mayores miedos de los emprendedores. Esto genera que guarden su idea en una caja fuerte y no quieran retroalimentación de nadie por miedo a que alguien les arrebatase su iniciativa. En realidad, el miedo a que te roben la idea es imaginario y si no la compartes no tendrás éxito en tu negocio. ¡Cuanto más compartas, más posibilidades de sinergia para desarrollarla!

3. Para triunfar debo tener un producto totalmente innovador

La verdad es que no. Si eres de los que piensan que hay que invertir en complejas estructuras de I+D o desarrollar un software complejísimo para triunfar, estás equivocado. La mayoría de las veces la clave no se encuentra en la innovación sino en entender un problema (enamorarse de él) y crear un proceso para solucionarlo. Un caso para mostrar esto es Uber, uno de los startups más valorados del momento. Antes de Uber ya existían choferes privados, carros que ofrecían sus servicios y otras soluciones alternas a los taxis. Uber no inventó nada, solo refrescó lo que ya existía dándole un uso distinto.

4. Los emprendedores nacen, no se hacen

Esta frase ha sido repetida muchas veces, pero no solo para los emprendedores, sino también para políticos, diplomáticos, artistas, gerentes, deportistas, etcétera, y en todos los casos se ha demostrado errada.

Existe evidencia de que muchos emprendedores no tienen ancestros en este campo. Emprender implica unos atributos y conocimientos que son adquiridos y aprendidos. Porque esto se forja mediante aprendizaje y experiencias educativas que combinan en proporciones diversas lo formal y no formal. Nadie





va a negar que se requiere salud, energía, un poco de inteligencia, características biológicas necesarias, pero no suficientes; tampoco se niega que se precisan conocimientos y habilidades que no se dan al nacer, sino que se desarrollan en función del ambiente en que se viva: iniciativa, toma de decisiones, capacidad de riesgo y creatividad.

##### 5. Solo se necesita dinero

Esta es la disculpa más frecuente de quienes no son empresarios para explicar su falta de creatividad, decisión e iniciativa. Una de las habilidades clave del emprendedor es identificar y conseguir recursos, y entre ellos los financieros. Y aunque el dinero es

importante, en ocasiones la abundancia más que una ayuda es un perjuicio, pues no se valoran las decisiones y se cometen grandes desperdicios económicos.

En general, la falta de dinero es más un síntoma que la causa del problema. Muchas veces la gente quiere que le den dinero para una idea general, o para una idea de negocio que no ha sido evaluada ni analizada y en la cual el posible emprendedor no tiene experiencia, y claro en ninguna parte del mundo esta persona va a conseguir lo necesario. Existen muchas formas de hacer un proyecto y la tarea del empresario es identificar la forma que es funcional para su nivel de recursos.



# HERRAMIENTAS DE ÉXITO

## EN GESTIÓN DE SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO

Gino Condori

Master en Sistemas de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo



En el transcurrir del tiempo, los riesgos han ido aumentando cada vez más. Esto configura un mayor reto de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) para todas las empresas que deben implementar mayores herramientas de prevención para evitar la ocurrencia de eventos no deseados que ponga en riesgo, el bienestar, la salud y el estado psicológico de los trabajadores.

Todo esto se puede entender por los diversos cambios o modificaciones que se dan en nuestra legislación; el uso de nuevos equipos, herramientas para trabajar aunado con la tecnología y los desastres naturales en nuestro país.

Por este motivo, las empresas definen sus objetivos de su Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SGSST) y plantean las estrategias a tomar para poder prevenir incidentes, accidentes o enfermedades ocupacionales. Dentro de estas estrategias, está claro que se deben incluir instrumentos que permitan desarrollar mejor esta gestión y todo lo que conlleva consigo. Algunas de esas herramientas son y que ya se utilizan:

### LIDERAZGO VISIBLE EN SST (Compromiso Personal del Líder)

Desarrollado hoy en día en muchas empresas que desean generar cambios muy significativos en SST para reducir la mayoría de los incidentes de seguridad y salud y que significa un compromiso real y genuino por parte de la Alta Dirección y/o Gerentes para asegurar el bienestar físico, mental y psicosocial de sus trabajadores, reduciendo los incidentes y accidentes de trabajo.

Todo Gerente, Supervisor, Integrante de un equipo y/o empleado, es responsable de la Seguridad y de todos los que se encuentran en su área de trabajo. El 'dueño' del área es responsable por la seguridad y la salud de todos los que estén allí (y por todo lo que ocurre ahí mismo).

Para lograr que el Sistema de Gestión de SST funcione de manera correcta y oportuna, se requiere la participación y alineamiento de toda la organización, todos los integrantes de la Línea de Mando y el personal que les reporta, aceptan

el compromiso personal en Seguridad y Salud.

### DISCIPLINA OPERATIVA

La Disciplina Operativa (DO), es el cumplimiento riguroso de los procedimientos e instrucciones de trabajo; sean operativos, de mantenimiento o administrativos, a través del proceso de tenerlos disponibles, con la mejor calidad, comunicados de forma efectiva y con un estricto apego.

Todas las áreas y/o departamentos de una empresa, deben desarrollar estos documentos donde no sólo deben plasmar las actividades propias de sus procesos, sino que deben considerar los peligros, riesgos y medidas de control en cada una de ellas para asegurar que el trabajo a desarrollar no implique mayores riesgos o en todo caso, cómo prevenir un incidente laboral.

### COMUNICACIÓN ASERTIVA

La comunicación es una herramienta muy poderosa donde se le da a conocer a los trabajadores, los objetivos en materia de SST como empresa y como área, se le instruye de cómo desarrollar un trabajo de manera segura conjuntamente con los recursos necesarios para ejecutarlas. También, la comunicación debe ser entre ambas partes, líder y trabajador, donde el primero, también escuche al segundo sobre sus inquietudes, expectativas y sobretodo, cómo poder desarrollar o mejorar el trabajo desarrollado con mayor seguridad.

### NUEVAS TECNOLOGIAS

Actualmente, la tecnología ha permitido, en temas de SST, poder digitalizar la información en tiempo real lo que favorece a los líderes de SST, poder tomar las mejores decisiones en base a lo informado. Esto conlleva mejoras sustanciales en el Sistema de Gestión de SST. Las nuevas herramientas tecnológicas se están apegando más al uso de la Inteligencia Artificial junto con el ChatGPT. Aunado también está, la elaboración de informes a través de Dashboards que es una herramienta de gestión de la información que monitoriza, analiza y muestra de manera visual los indicadores clave de desempeño (KPI), métricas y datos fundamentales para hacer un seguimiento del estado de los principales indicadores de SST.







# FEEDBACK EN EL EMPRENDIMIENTO

## CONSEJOS ACCIONABLES PARA LÍDERES EMPRESARIALES

Alejandro Castro Mendivil  
Educador y coach ejecutivo



### 1. Feedback Positivo: Reconociendo y Motivando el Esfuerzo

En el dinámico mundo del emprendimiento, cada esfuerzo cuenta. El feedback positivo no solo reconoce, sino que también motiva. En lugar de un elogio general, sé específico. Por ejemplo, en una reunión, podrías decir: “Me impresionó cómo manejaste la presión en el lanzamiento del proyecto; tu enfoque tranquilo y efectivo marcó la diferencia”. Esta personalización refuerza la conexión entre el esfuerzo y el impacto positivo.

Cosas que decir:

- “Tu dedicación en el proyecto fue evidente y contribuyó significativamente al éxito del equipo.”
- “La forma en que manejaste las críticas constructivas mostró una actitud proactiva y receptiva.”

Cosas que no decir:

- “Buen trabajo en general.”
- “Hiciste un buen trabajo, pero podrías hacerlo mejor.”

### 2. Feedback Constructivo: Preparación, Observación y Confianza

La preparación antes de proporcionar feedback constructivo es clave. Observa el desempeño detalladamente y encuentra oportunidades de mejora. Al abordar la comunicación interna, por ejemplo, podrías decir: “Noté que la comunicación en el equipo podría ser más fluida. ¿Cómo podríamos implementar reuniones breves diarias para mantenernos actualizados y abordar cualquier problema de manera proactiva?”. Esto muestra tu preparación y sugiere una solución concreta.

Cosas que decir:

- “Tu creatividad es un punto fuerte, pero podríamos mejorar la comunicación para aprovechar al máximo nuestras ideas.”
- “¿Te gustaría discutir estrategias para mejorar la eficiencia en tu área?”

Cosas que no decir:

- “Necesitas mejorar la comunicación.”
- “Hay problemas en tu desempeño; resuélvelos.”

### 3. Retroalimentación de 360 Grados: Una Perspectiva Completa

La retroalimentación de 360 grados es un poderoso

motor de desarrollo. Fomenta sesiones donde los empleados pueden recibir comentarios no solo de superiores, sino también de compañeros. Ejemplo: “En la última sesión de retroalimentación 360, tus colegas destacaron tu capacidad para liderar iniciativas. ¿Cómo podemos capitalizar esto en futuros proyectos?”. Esta perspectiva completa impulsa el crecimiento individual y fortalece el tejido del equipo. Cosas que decir:

- “Recibiste elogios por tu colaboración y apoyo a otros miembros del equipo.”
- “¿Hay alguna área específica en la que te gustaría recibir más feedback?”

Cosas que no decir:

- “Tus compañeros tienen quejas sobre tu desempeño.”
- “Algunos dicen que no eres colaborativo.”

### 4. Evitando Errores Comunes: Periodicidad, Especificidad y Canales Claros

La falta de periodicidad puede restar valor al feedback. Establece un calendario regular y utiliza ejemplos específicos. Por ejemplo: “En nuestras reuniones mensuales de feedback, destaquemos ejemplos específicos de contribuciones excepcionales y oportunidades de mejora. Esto mantendrá la retroalimentación relevante y enfocada en el crecimiento”.

Cosas que decir:

- “¿Cómo te sientes acerca de establecer sesiones de feedback quincenales para mantenernos al tanto?”
- “Me gustaría discutir un plan para mejorar la especificidad de nuestros comentarios.”

Cosas que no decir:

- “Tendremos una reunión de feedback cuando sea necesario.”
- “Hazlo mejor la próxima vez.”

### 5. Estrategias Prácticas para el Feedback Efectivo: Ejemplos y Acciones Concretas

Al dar feedback, proporciona ejemplos específicos. Si un miembro del equipo ha mostrado habilidades de resolución de problemas, destácalo. “Recientemente, resolviste un problema complejo de manera brillante. ¿Cómo podemos aplicar esa creatividad a otros desafíos?”. Brindar soluciones junto con los comentarios es esencial. Al recibir feedback,





practica la escucha activa y muestra disposición para implementar mejoras. Ejemplo: “Entendí que el equipo sintió que podría haber comunicación más clara. ¿Qué acciones específicas crees que podríamos tomar para abordar esto?”

Cosas que decir:

- “Utilicemos tu éxito en el último proyecto como ejemplo para otros equipos.”
- “Estoy abierto a tus sugerencias sobre cómo podemos mejorar la comunicación.”

Cosas que no decir:

- “Hiciste un buen trabajo, pero no sé exactamente por qué.”
- “¿Por qué piensas que necesitas feedback?”

#### 6. Buenas Prácticas para el Feedback Constructivo: Empatía, Actitud Positiva y Consistencia

Practicar la empatía significa comprender las circunstancias y desafíos de los demás. Si un miembro del equipo ha enfrentado dificultades, muestra comprensión y ofrece apoyo. “Entiendo que has pasado por un período desafiante. ¿Cómo puedo

respaldarte mejor en este momento?”. Mantén una actitud positiva, enfocándote en el crecimiento y el desarrollo. Ejemplo: “Aunque enfrentamos desafíos, veo oportunidades para aprender y crecer a partir de ellos. ¿Qué lecciones crees que podemos extraer de esta experiencia?”

Cosas que decir:

- “Sé que has estado lidiando con desafíos personales. Estoy aquí para apoyarte en lo que necesites.”
- “Aunque las cosas no salieron según lo planeado, veo esto como una oportunidad para aprender y mejorar.”

Cosas que no decir:

- “No sé por qué estás teniendo problemas.”
- “Tu actitud es un problema; cámbiala.”

En resumen, implementar estos consejos accionables en tu estrategia de feedback no solo mejorará la dinámica de tu equipo, sino que también fortalecerá la cultura de tu empresa. Recuerda, el feedback es un proceso continuo, y perfeccionar este arte contribuirá significativamente al éxito de tu emprendimiento.



# TE ACOMPAÑAMOS EN TU GESTIÓN

## NUESTROS SERVICIOS

Contribuimos a alcanzar los mejores resultados y el éxito de tu empresa.



- Reclutamiento y Selección de Personal
- Outsourcing y Administración de Nóminas



- Talleres y Programas de Capacitación
- Coaching para Empresas
- Estudio de Clima Laboral
- Bienestar Laboral



- Acreditación Educativa y Licenciamiento Institucional
- Gestión e Innovación de Procesos

**¡ESCRÍBENOS AQUÍ!**



 **+51 999 623 848**

[www.alquimiasac.com](http://www.alquimiasac.com)

   **alquimiaconsultores**



# PROGRAMA

STARTUPS  
PARA JÓVENES  
EMPRENDEDORES

VACACIONES ÚTILES  
¡PREPÁRATE PARA EL  
COLEGIO!

INFORMES



ESCANEA ME



934951455



INICIO  
**13**  
de Febrero



# PROSPECCIÓN EN VENTAS

## NAVEGANDO HACIA EL ÉXITO COMERCIAL

Adrian Klinar

Especialista en Gestión Comercial y Financiera



La prospección efectiva es el cimiento de una estrategia de ventas robusta. Más allá de la simple búsqueda de nuevos clientes, se trata de identificar y cultivar relaciones con aquellos que verdaderamente se beneficiarán de lo que ofrecemos. A continuación, detallaremos estrategias clave de prospección para no solo ampliar nuestra cartera de clientes potenciales, sino también establecer relaciones comerciales sólidas y duraderas.

### 1. Investigación de Mercado: Pilares Informados

El conocimiento profundo del mercado es esencial para una prospección efectiva. Investigar las tendencias, necesidades y desafíos dentro de nuestro nicho nos permite dirigir estratégicamente nuestros esfuerzos hacia clientes potenciales alineados con nuestras propuestas. Esta investigación meticulosa facilita la adaptación de nuestro enfoque a las particularidades del mercado.

### 2. Segmentación de Clientes: Personalización Perspicaz

Reconocemos que cada cliente potencial tiene sus particularidades. La segmentación nos permite personalizar nuestro enfoque según las características y necesidades específicas de diferentes grupos de clientes. Este enfoque no solo mejora la relevancia de nuestro mensaje, sino que también optimiza nuestros esfuerzos de prospección al dirigirnos a áreas de mayor potencial.

### 3. Optimización de Perfiles en Redes Sociales: Estrategia de Visibilidad

En el ámbito digital, las redes sociales son herramientas estratégicas para la prospección. Optimizar nuestros perfiles, especialmente en plataformas como LinkedIn, nos permite reflejar con precisión nuestra experiencia y propuesta de valor. Participar activamente en grupos relevantes, compartir contenido valioso y establecer conexiones significativas con posibles clientes son pasos clave para construir relaciones antes de presentar cualquier oferta.

### 4. Email Marketing Personalizado: Más Allá de los Correos Masivos

Si bien el email marketing sigue siendo un componente valioso, su efectividad radica en la personalización. Ajustar nuestros mensajes según la información del cliente, sus intereses y necesidades específicas eleva significativamente la eficacia de nuestras campañas de email. Esta adaptabilidad demuestra un interés genuino en las inquietudes individuales del cliente.

### 5. Eventos y Ferias Comerciales: Encuentros Estratégicos Cara a Cara

Participar en eventos y ferias comerciales no solo ofrece visibilidad, sino que también brinda oportunidades únicas de interactuar directamente con clientes potenciales. Establecer conexiones significativas en persona, recopilar información valiosa y dar seguimiento a estos contactos después del evento son pasos esenciales para mantener el impulso generado en estas ocasiones.

### 6. Referencias y Recomendaciones: El Poder del Boca a Boca

El boca a boca continúa siendo una fuerza insuperable en el mundo de las ventas. Cultivar relaciones sólidas con clientes existentes y solicitar referencias estratégicas es esencial. Las recomendaciones de clientes satisfechos abren puertas que de otra manera podrían permanecer cerradas, estableciendo un nivel de confianza desde el principio.

### 7. SEO Local: Ser Encontrado es Clave

Garantizar que nuestra presencia en línea sea fácilmente descubierta por aquellos que buscan nuestros productos o servicios en nuestra área geográfica es crucial. Optimizar nuestro sitio web para búsquedas locales y aplicar estrategias de SEO para mejorar la visibilidad en línea son pasos fundamentales. Ser encontrado con facilidad es la mitad de la batalla en la prospección.

### 8. Participación en Comunidades en Línea: Más Allá de las Redes Sociales

Además de las redes sociales, la participación activa en comunidades en línea relacionadas con nuestra industria es estratégica. Foros, grupos de discusión y plataformas especializadas son lugares donde





podemos encontrar clientes potenciales y construir nuestra reputación como expertos en el campo.

#### 9. Alianzas Estratégicas: Fuerza en la Colaboración

Colaborar con empresas complementarias nos permite aprovechar las audiencias existentes de nuestros socios. Las alianzas estratégicas pueden ser una forma efectiva de obtener acceso a nuevos clientes potenciales, ya que ambas partes se benefician mutuamente al compartir recursos y audiencias.

#### 10. Monitoreo y Adaptación Constante: La Clave para el Éxito Continuo

La prospección efectiva no es estática. Monitorizar

constantemente la efectividad de nuestras estrategias y adaptar nuestros enfoques según los resultados y cambios en el mercado son esenciales. La flexibilidad y la capacidad de aprender y ajustarse continuamente son atributos clave para el éxito sostenible en el mundo de la prospección y las ventas.

En resumen, el éxito en las ventas comienza con una prospección efectiva. Utilizando estas estrategias, no solo ampliaremos nuestra cartera de clientes potenciales, sino que también construiremos relaciones sólidas que perdurarán en el tiempo. La prospección bien ejecutada es la piedra angular sobre la cual construimos ventas exitosas y duraderas.



# STORYLIVING: DESPIERTA A TU MARCA EN 2024

Renzzo Polanco

Consultor en Blackbrain Brand Developers



El año 2024 nos recibe con 366 días de oportunidades y experiencias de 360 grados, prometiendo un viaje emocionante a través de las prácticas que permitirán a tu marca conectar mejor con su audiencia. En este año, las marcas deben cobrar vida y sumergir a los consumidores en algo más que sólo tus productos y tu nivel de servicio.

Tranquilo y tranquilas, no soy Nostradamus y tampoco pretendo que este sea un reporte de tendencias. Recuerden que las marcas no deben construirse a base de tendencias, debido a la caducidad de estas. Son ideas que, basadas en las mejores prácticas de grandes organizaciones, representan píldoras de creatividad que permitirán potenciar tu estrategia de marca.

## **Identidad Híbrida: Nostalgia y Futuro**

El recibimiento del nuevo año representa para algunos una fecha de nostalgia por lo que se tuvo y para otros, felicidad por lo que se viene. ¿Qué tal si atacamos a estos 2 públicos? La identidad híbrida se posiciona como la estrella de este espectáculo. La mezcla única de elementos clásicos y futuristas redefine las expectativas de los consumidores, traer al presente elementos reconocibles del pasado, con cierta audacia, creatividad y detalles modernos. ¿Imaginas una marca que evoca la nostalgia de antaño mientras abraza las últimas tendencias tecnológicas? Esa es la magia de la identidad híbrida en el 2024.

## **Experiencias 4D: Más Allá de la Vista y el Oído**

No es ciencia ficción; es el futuro de la conexión marca-consumidor. Las experiencias 4D elevan el juego del branding a nuevas alturas. Más allá de ser vistas y escuchadas, las marcas del 2024 serán SENTIDAS. La inclusión de elementos sensoriales como aromas, texturas y sonidos abrirá un abanico de posibilidades para involucrar a los consumidores de manera más profunda y memorable. Y no, no basta con poner una musiquita de navidad en el ascensor. ¡Atrévete a más!

## **Storyliving, no Storytelling: La Narrativa en Tiempo Real**

El storytelling se queda en el pasado, dando paso al storyliving. En el 2024, las marcas no solo cuentan historias, sino que las viven. La narrativa en tiempo

real permite a las marcas ser parte activa de la vida cotidiana de los consumidores. Sumerge a tu público en la historia de su marca favorita mientras esta se desenvuelve ante sus ojos. Invita a tus consumidores a ver lo que hay detrás, en tu día a día. Las personas queremos ver personas, no sólo productos.

## **Gamificación**

¡Que comiencen los juegos del Branding! En un mundo saturado de mensajes y publicidad, la autenticidad de las marcas se convierte en la divisa del éxito. En el 2024, las marcas que interactúen con su público triunfarán sobre las que sólo “venden”. ¿Qué porcentaje de tu contenido está orientado a entretener? ¿A qué entras a tik tok o a Instagram? ¿Sólo a comprar? Entonces que haces colocando sólo fotos de tu producto e información de tu servicio ¡Ponte en el zapato de tu audiencia y camina en ellos!

## **Minimalismo: Menos es Más Impactante**

El minimalismo siempre ha sido un faro de elegancia, pero en el 2024, menos es más impactante que nunca. El minimalismo abraza la simplicidad con un toque de efectividad en la captación de atención. Cada detalle cuenta, cada espacio en blanco habla. Las marcas que dominan esta estética encuentran un equilibrio perfecto entre la sofisticación y la sencillez, cautivando a su audiencia con una presencia visual poderosa. Apunta este dato, empresario y empresaria: El contraste es tu mejor arma.

En definitiva, el 2024 promete ser un año de retos para las marcas. Estas prácticas se convertirán en tu mejor arma para despertar esa conexión con tu audiencia y permitirles vivir la experiencia de tu marca. Sin embargo, como dije anteriormente, esto **no es una predicción** ¡Y eso es lo mejor!

Prepárate para un año lleno de emocionantes cambios donde las marcas evolucionan y revolucionan, la autenticidad reina y la experiencia del consumidor se convierte en un viaje multisensorial. Atrévete a cambiar, a despertar, a probar y a inspirar a otras marcas.

Quién sabe si en el siguiente año el siguiente artículo lo escribas tú.







# 3 CARACTERÍSTICAS QUE DEBE TENER UNA PÁGINA WEB EXITOSA

Carlos Preciado

Consultor en marketing digital, posicionamiento SEO y SEM



Si estás aquí, es porque sabes que tener una presencia en línea efectiva es clave en el mundo actual. Hoy vamos a sumergirnos en las entrañas de lo que hace que una página web sea realmente exitosa. No hablaremos solo de apariencia; nos adentraremos en las tres características fundamentales que elevan una página web a nuevas alturas: Encontrable, Primerlugarada, y Funnelable.

**ENCONTRABLE:** La Piedra Angular de la Visibilidad  
La primera clave del éxito online es que tu página web sea encontrable. Imagina tener una joya, pero está escondida en el fondo del océano; ¿de qué sirve si nadie la puede ver? Aquí es donde entra en juego la optimización para motores de búsqueda (SEO).

**Optimización de Motores de Búsqueda (SEO)**  
Para que tu web sea encontrable, debes entender cómo piensan los motores de búsqueda. Investiga las palabras clave relevantes para tu nicho y úsalas estratégicamente en tu contenido. Crea una estructura de URL clara y amigable y asegúrate de que tu sitio esté indexado correctamente.

**PRIMERLUGAREADA:** Más Allá de la Primera Impresión. Una vez que has atraído a los visitantes, es hora de primerlugarar. Esto va más allá de simplemente tener una apariencia bonita; se trata de proporcionar una experiencia de usuario cautivadora.

**Diseño Responsivo**  
No hay segundas oportunidades para una primera impresión. Tu página debe ser visualmente atractiva y, más importante aún, completamente funcional en todos los dispositivos. El diseño responsivo garantiza que tu web se vea genial tanto en una laptop como en un teléfono móvil.

**Velocidad de Carga**  
¿Alguna vez has abandonado una página web porque tardaba demasiado en cargar? No estás solo. La velocidad de carga es esencial. Optimiza las imágenes, utiliza un buen proveedor de hosting y minimiza el uso de scripts para asegurarte de que tu web cargue en un abrir y cerrar de ojos.

**Contenido Persuasivo**  
Engancha a tus visitantes desde el primer momento con contenido relevante y persuasivo. Utiliza titulares impactantes, párrafos cortos y llamadas a la acción irresistibles. ¡No subestimes el poder de un buen copywriting!

La primera clave del éxito online es que tu página web sea encontrable. Imagina tener una joya, pero está escondida en el fondo del océano

**FUNNELABLE:** Guiando a los Visitantes hacia la Acción  
Finalmente, una página web exitosa no solo se detiene en ser encontrable y ofrecer una gran experiencia; debe ser funnelable. Esto significa guiar a tus visitantes hacia acciones específicas, convirtiéndolos de simples espectadores a clientes potenciales.

**Embudo de Conversión Efectivo**  
Diseña un embudo de conversión claro y eficiente. Desde la captura de correos electrónicos hasta la venta de productos, cada paso debe ser intuitivo. Utiliza formularios claros y llamadas a la acción estratégicas para dirigir a tus visitantes hacia la acción deseada.

**Analítica Web**  
Para entender y mejorar tu embudo, la analítica web es tu mejor amiga. Utiliza herramientas como Google Analytics para rastrear el comportamiento del usuario. ¿Dónde abandonan tus visitantes? ¿Qué contenido les gusta más? Aprovecha esta información para optimizar continuamente tu embudo.

¿Quieres saber cómo aplicar estas estrategias a tu página web? ¡Estoy aquí para ayudar! Ponte en contacto conmigo para resolver tus dudas y discutir cómo podemos hacer que tu presencia en línea sea tan brillante como tú mereces. ¡Vamos a hacer magia digital juntos!





STYLIZED HEBREW TEXT

STYLIZED HEBREW TEXT



STYLIZED HEBREW TEXT





**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.salgadoyasociados.com](http://www.salgadoyasociados.com)

☎ 51-934 951 455

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

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

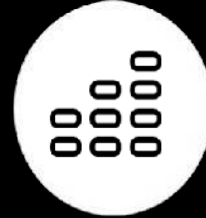
Construye su estrategia sobre estas bases y asegura una ejecución impecable, con enfoque en las ventas y fidelización del cliente. Esta ejecución se asegura con una cultura poderosa.



Asesoramiento  
empresarial



Investigación  
de mercado



Elaboración de  
instrumentos

# NUESTROS SERVICIOS



# SIN EMOCIÓN SIN CONEXIÓN

## CONSEJOS PARA SER EXITOSO EN LOS NEGOCIOS

Jeanette Carrasco

Florista Dettagli Ica Perú



Alguna vez has escuchado la frase de la escritora Maya Angelou, que dice “La gente olvidará lo que dijiste, olvidará lo que hiciste, pero nunca olvidará cómo la hiciste sentir”, y es que si miramos un poco lo que acontece en nuestro día a día podemos darnos cuenta que todos en algún momento hemos podido vivir experiencias positivas y negativas durante la interacción con alguna marca y han quedado grabadas en nuestra memoria, quizás no recordemos claramente las palabras que nos dijeron o tampoco recordemos que fue lo que ocurrió con exactitud, pero si nos sentimos bien o mal en ese momento es algo que jamás vamos a olvidar, por ello las empresas deben tener claro la importancia de estrechar relaciones duraderas con sus clientes a partir de la generación de emociones positivas, estimulando los sentidos y haciéndoles vivir experiencias satisfactorias para generar conexiones a largo plazo con ellas.

Estas actividades deben estar muy presentes en las estrategias empresariales para lograr la fidelización de los clientes que hoy en día es muy difícil conseguir por la alta competencia que hay en el mercado.

**El Marketing sensorial nos dice que sabiendo que todo lo que hay en el entorno se constituye en una fuente de estímulo para los sentidos.**

El Marketing sensorial nos dice que sabiendo que todo lo que hay en el entorno se constituye en una fuente de estímulo para los sentidos podemos activarlos para generar experiencias positivas que se guarden en la memoria de los consumidores, como es sabido todas las personas contamos con 5 sentidos, la vista, el oído, el gusto, el olfato y el tacto.

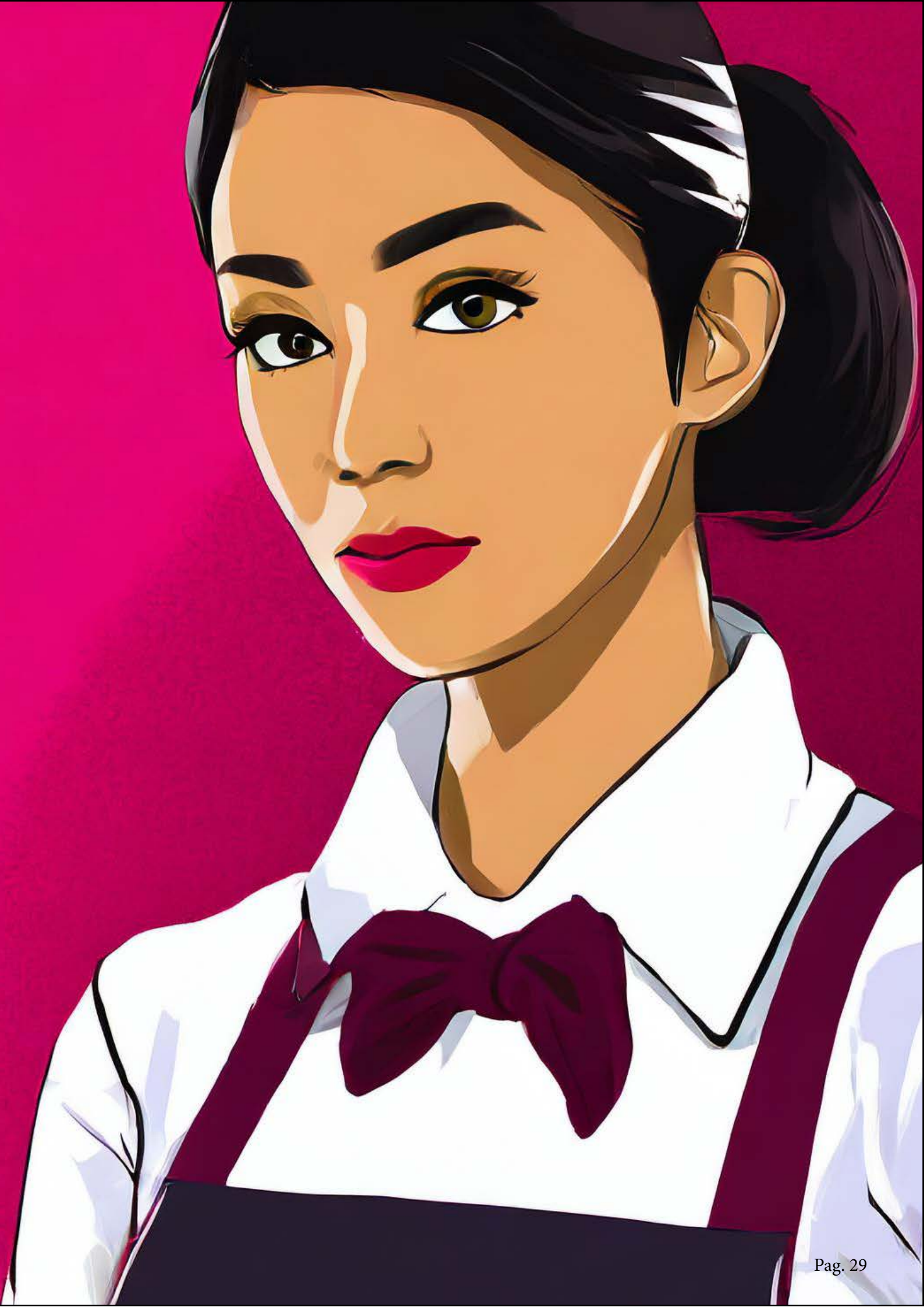
Los sentidos son los que hacen posible la relación entre los seres humanos y el entorno, son ellos los que están captando todo lo que sucede alrededor, y nuestro cerebro va procesando y logrando reacciones, solo por citar algunos ejemplos, si yo paso por algún lugar y

percibo un olor desagradable automáticamente tendré una reacción que es inconsciente de taparme la nariz y hasta emitir gestos de desagrado, mi cuerpo reacciona al estímulo y lo mismo sucede con los demás sentidos pensemos por un instante que vamos en el autobús y de pronto empieza a sonar nuestra canción favorita quizás y en automático esbocemos una sonrisa y expresiones de agrado al oír esa canción, quizás en ese instante nos lleve a un recuerdo y nos haga revivir una linda experiencia.

Ahora ustedes me dirán y como puedo aplicarlo en mi negocio?, por ejemplo si mi empresa es una Floristería puedo aprovechar el sentido de la vista para estimular al público realizando publicaciones de mis arreglos florales en mis redes sociales, con fotografías de alta calidad, buena resolución y bien elaboradas, pero también podría aprovechar en estimular el sentido del olfato en mi tienda aromatizando con las flores los diferentes espacios, y hasta podría estimular el sentido del tacto permitiendo que las personas al estar en mi tienda entren en contacto con la variedad de flores y plantas que se ofrecen, si quisiera estimular el sentido del oído podría colocar música en las tiendas, o un parlante de anuncio de ofertas y promociones, y hasta podría estimular el sentido del gusto obsequiando unas galletitas o chocolates en forma de flores, lo cierto es que el cerebro al captar la información proveniente del entorno a través de los sentidos las procesa y genera emociones y reacciones que dependiendo de cómo nos hacen sentir, influyen al momento de tomar las decisiones de compra y estrechar conexiones con la marca.

Y porque pasa esto? Según el biólogo Humberto Maturana las emociones se pueden transformar en sentimientos cuando somos conscientes de ellas y podemos emitir un juicio al respecto, por lo que si la experiencia que le hacemos vivir a nuestros clientes es una experiencia memorable al estimular los sentidos vamos a generar emociones que se transformarán en sentimientos hacia el producto y la marca y se establecerán conexiones duraderas... porque las personas volvemos a aquellos lugares donde nos han hecho sentir bien.









## TIP EMPRESA

DIRECTOR: Raul Salgado

EDITOR: Julio Ortiz

## COLABORACION ESPECIAL:

- Carlos Delgado
- Juan Carlos Lima
- Gino Condori
- Alejandro Castro
- Adrian Kliner
- Renzzo Polanco
- Carlos Preciado
- Jeanette Carrasco

