

TIP EMPRESA

LA REVISTA ESPECIALIZADA EN EL EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI

Nº 36 Agosto 2024

**CREATIVIDAD
DE VALOR**

PROPUESTA DE VALOR
BASADA EN INNOVACIÓN

FUNNELABLE

GUIANDO A LOS VISITANTES
HACIA LA ACCIÓN

**CUSTOMER
EFFORT SCORE**

TRANSFORMANDO LA EXPERIEN-
CIA DEL CLIENTE

CHATBOTS:

PROBLEMA O SOLUCIÓN

**HERRAMIENTAS
EMPRESARIALES**

OPERACIONES
COMUNICACIÓN
COMERCIAL
FINANZAS



**RAÚL
SALGADO**

EDITORIAL

Con la llegada de las festividades, en especial la temporada navideña, los emprendedores se encuentran ante una oportunidad única para captar la atención de un público más amplio y aumentar sus ventas. Las campañas estacionales son estrategias poderosas en el arsenal de marketing de cualquier empresa, ya sea grande o pequeña. No obstante, el éxito de estas campañas radica en una preparación cuidadosa y eficiente.

Estas campañas permiten a los emprendedores aprovechar momentos específicos del año en los que aumentan los patrones de consumo. La época navideña, especialmente, es un período en el que los consumidores están dispuestos a gastar más dinero, buscando regalos para sus seres queridos y aprovechando las ofertas especiales. Una campaña bien planificada durante esta temporada puede no solo incrementar las ventas sino también mejorar el reconocimiento de la marca y fidelizar a los clientes. Estas campañas brindan la oportunidad de lanzar productos con temáticas festivas, ofrecer descuentos especiales y crear paquetes promocionales que atraigan a compradores en busca de valor y originalidad.

No obstante, la falta de preparación puede acarrear varios problemas que podrían socavar el potencial de cualquier campaña estacional:

Uno de los desafíos principales es calcular correctamente el inventario necesario. Una alta demanda inesperada puede provocar falta de stock, lo que resulta en pérdida de ventas y clientes insatisfechos que podrían haber sido habituales.

Las campañas genéricas y poco segmentadas suelen tener un rendimiento inferior. No adaptar el mensaje ni la oferta a las necesidades específicas y preferencias del público objetivo puede derivar en una baja conversión de ventas.

Comenzar tarde con la publicidad y la promoción de una campaña podría significar que el mensaje se pierda entre el ruido del mercado. Planificar con antelación permite optimizar las estrategias de marketing y garantizar que el mensaje llegue al público correcto en el momento adecuado.

Las campañas estacionales representan más que una oportunidad para aumentar las ventas; son momentos para celebrar con los clientes y fortalecer la presencia de la marca en el mercado. Una preparación meticulosa es fundamental para convertir los desafíos estacionales en oportunidades de crecimiento y satisfacción del cliente.





CONTENIDOS

CREATIVIDAD DE VALOR	06
En el mercado competitivo de hoy en día, comprender a fondo a tus clientes no es solo una ventaja, sino una necesidad imperante.	
CUSTOMER EFFORT SCORE (CES)	10
En el contexto actual, la fidelización de los clientes es un aspecto fundamental para la sostenibilidad del negocio.	
CAMBIO DE HABITOS	12
Clear en su libro “Hábitos Atómicos” introduce un marco de cuatro pasos que son fundamentales para la creación y el cambio de hábitos.	
DATA EN EMPRENDIMIENTOS	16
En la era digital, los datos se han convertido en uno de los activos más valiosos para cualquier negocio, y los emprendimientos no son la excepción.	
MANEJO DE LAS EMOCIONES	18
En el dinámico mundo de la gestión ejecutiva, los líderes enfrentan desafíos constantes que exigen decisiones rápidas.	
CHATBOTS	22
Muchos usuarios se arrepienten de haber presentado quejas a través de chatbots porque muchas veces no entienden ni brindan soluciones	
FUNNELABLE	24
En el mundo digital, tener una página web atractiva no es suficiente. Para que tu sitio sea verdaderamente exitoso, necesitas algo más.	
EL DIAGRAMA DE PARETO	28
Es una representación gráfica de los datos obtenidos sobre un problema, que ayuda a identificar cuáles son los aspectos prioritarios.	
¿EMPRESARIO EXCELENTE?	30
Para llegar y mantener el estatus de excelente empresario, se requiere cumplir con ciertas obligaciones y prácticas que aseguran la sostenibilidad.	
LA QUINTA DISCIPLINA	32
El pensamiento sistémico es la quinta disciplina, es la que integra las demás disciplinas, fusionándolas en un cuerpo coherente de teoría y práctica.	



Ediciones anteriores



CREATIVIDAD DE VALOR

LA PROPUESTA DE VALOR BASADA EN INNOVACIÓN

Raúl Salgado

CEO Salgado Consultores.



En el mercado competitivo de hoy en día, comprender a fondo a tus clientes no es solo una ventaja, sino una necesidad imperante. Las compañías destacadas son aquellas que ofrecen soluciones reales a los problemas de sus clientes, más allá de simples productos o servicios. La clave para crear estas soluciones radica en construir una propuesta de valor sólida, basada en la retroalimentación directa de los clientes.

Las empresas más exitosas del mundo invierten recursos significativos en comprender no solo qué compran sus clientes, sino por qué lo hacen. La retroalimentación del cliente brinda información crucial sobre sus necesidades, deseos, preocupaciones y expectativas. Este conocimiento permite a las empresas ajustar sus ofertas para satisfacer las demandas del mercado, asegurando no solo la satisfacción del cliente, sino también su lealtad y defensa hacia la marca.

Para obtener esta valiosa información, las empresas utilizan diversas herramientas e instrumentos. Dos de los más efectivos son el mapa de empatía y el lienzo de propuesta de valor. El mapa de empatía ayuda a las compañías a sumergirse en la psicología de sus clientes para comprender lo que ven, escuchan, sienten y piensan. Por otra parte, el lienzo de la propuesta de valor permite a las compañías plasmar esta comprensión en una oferta clara que resalta cómo sus productos o servicios alivian las necesidades de sus clientes y les proporcionan beneficios tangibles.

El uso de estas herramientas para recopilar y analizar la retroalimentación brinda a las empresas la capacidad de innovar con un propósito definido. La innovación deja de ser un acto aleatorio y se convierte en una respuesta estratégica a las necesidades identificadas de los clientes. Este enfoque no solo aumenta las posibilidades de éxito para nuevos productos y servicios, sino que también sitúa a la empresa como un referente en su industria, alguien que verdaderamente comprende y responde a sus clientes.

Las cifras demuestran que las empresas que adoptan una estrategia centrada en el cliente pueden experimentar un incremento del 30% en la satisfacción del cliente,

así como un aumento del 25% en la retención del mismo. En Perú, cada vez más empresas están recurriendo a encuestas de satisfacción y entrevistas con clientes para perfeccionar sus ofertas y servicios, lo cual ha resultado en un crecimiento considerable de sus operaciones. A nivel mundial, compañías como Apple y Amazon son líderes en utilizar comentarios de los clientes para innovar y mejorar constantemente sus propuestas comerciales.

El uso del mapa de empatía resulta fundamental para visualizar las experiencias y sentimientos de los clientes hacia un producto o servicio. Al ponerse en el lugar de los potenciales compradores, los emprendedores logran obtener una visión completa del comportamiento y las motivaciones del cliente. Esta práctica ayuda a identificar no solo lo que desean los clientes, sino también sus frustraciones y aspiraciones más profundas, aspectos cruciales para diseñar ofertas que impacten positivamente en sus vidas.

Por otra parte, el lienzo de propuesta de valor facilita la organización de esta empatía en una estructura clara y funcional que detalla cómo una empresa puede resolver los problemas de sus clientes. Este lienzo divide la propuesta en dos componentes principales: el perfil del cliente y la oferta empresarial. Al trabajar con este lienzo, los emprendedores pueden definir con precisión cómo sus productos y servicios solucionan problemas específicos de los clientes y generan beneficios que estos valoran.

Al emplear estas herramientas, los emprendedores pueden adoptar un enfoque centrado en la innovación impulsada por el cliente. Esta estrategia no solo mejora la precisión en el desarrollo de productos, sino que también incrementa la efectividad del marketing y las ventas.

Al alinear directamente su oferta con las expectativas y necesidades del cliente, las empresas pueden mejorar significativamente tanto su tasa de conversión como la fidelidad de sus clientes.

Es crucial para cualquier empresa que busque

aprovechar las oportunidades identificadas pasar de comprender profundamente al cliente a acciones tangibles. Esta etapa implica utilizar información clave para desarrollar o mejorar productos y servicios que se ajusten perfectamente a lo que los clientes esperan y necesitan. Por ejemplo, una empresa podría descubrir a través del mapa de empatía que sus clientes valoran la sostenibilidad, lo que podría llevar a la creación de una línea de productos ecológicos que no solo satisfacen esta necesidad, sino que también refuerzan la imagen de marca como un líder en responsabilidad ambiental.

La propuesta de valor no es estática; requiere una revisión y adaptación continua para mantenerse relevante. Los emprendedores deben establecer mecanismos para recopilar feedback continuo, asegurándose de que los cambios en actitudes y comportamientos del cliente se reflejen rápidamente en la oferta empresarial. La innovación constante, impulsada por un flujo constante de retroalimentación del cliente, permite a las empresas mantenerse un paso adelante en cuanto a tendencias del mercado y acciones competitivas.

Para que una propuesta de valor sea efectiva, es fundamental que esté integrada en todos los aspectos del negocio, desde el marketing y las ventas hasta el servicio al cliente y las operaciones. Cada área debe comprender cómo su labor contribuye a la entrega de la propuesta de valor y contar con las herramientas y capacitación adecuadas para implementarla de manera exitosa. Por ejemplo, el equipo de ventas debe ser capaz de transmitir claramente cómo los productos o servicios de la empresa solucionan problemas específicos de los clientes, mientras que el servicio al cliente debe ofrecer un soporte que refuerce los elementos clave de la propuesta de valor.

Tanto empresas a nivel global como local han logrado un gran éxito al aplicar estos principios. Apple sigue innovando en productos y servicios que no solo satisfacen las necesidades actuales, sino que también anticipan futuros deseos, lo cual le ha permitido mantener su relevancia y liderazgo en el mercado.

Una propuesta de valor exitosa va más allá de una implementación inicial eficaz; requiere una visión a largo plazo y una adaptación continua. Para mantener su relevancia, las compañías deben comprometerse con un ciclo constante de retroalimentación y mejora continua. Esto implica no solo escuchar activamente

a los clientes a través de encuestas y comentarios directos, sino también monitorear las tendencias del mercado y los cambios en el entorno competitivo que puedan influir en las necesidades y percepciones del cliente.

El mercado siempre está en constante cambio, y lo que hoy funciona bien puede no ser suficiente mañana. Las empresas exitosas son aquellas que se mantienen flexibles, utilizando la innovación como una herramienta para adaptar y mejorar continuamente sus propuestas de valor. Esto implica ampliar la gama de productos, incorporar nuevas características basadas en tecnologías emergentes e incluso redefinir servicios para satisfacer las cambiantes necesidades de los clientes. La clave radica en mantener la propuesta de valor alineada con lo que los clientes consideran más importante, garantizando así que la empresa siga siendo relevante y valiosa.

Las empresas que logran mantener su propuesta de valor a lo largo del tiempo suelen emplear métodos avanzados de recopilación y análisis de datos para anticipar cambios en las preferencias de los clientes antes de que se conviertan en demandas del mercado.

Por ejemplo, Patagonia, una compañía del sector textil, ha fortalecido su propuesta de valor al centrarse profundamente en la sostenibilidad y la responsabilidad ambiental. Utiliza materiales reciclados en la mayoría de sus productos y fomenta activamente la reparación de prendas para prolongar su vida útil, algo que resuena positivamente entre los consumidores preocupados por el medio ambiente.

Siguiendo esta línea, Airbnb ha transformado el sector del alojamiento al permitir a personas comunes alquilar sus hogares a viajeros, ofreciendo así una experiencia más auténtica y personalizada.

Con el paso del tiempo, han ampliado sus servicios para incluir experiencias de viaje únicas, como clases de cocina y recorridos locales, que complementan su principal negocio de hospedaje.

Un ejemplo adicional es el de Rappi, que en un principio era una aplicación de entrega de alimentos y ha expandido su servicio para abarcar la entrega de casi cualquier artículo, así como servicios financieros. Esta expansión ha respondido a la demanda de los consumidores por una solución más completa y conveniente en cuanto a entregas.



Para que una propuesta de valor no solo sobreviva sino que también prospere, debe formar parte de una estrategia empresarial orientada hacia el futuro. Esto implica que la innovación debe estar arraigada en la cultura empresarial, fomentando un entorno en el cual cada miembro del equipo, desde el CEO hasta el personal de atención al cliente, esté enfocado en cómo sus acciones contribuyen a ofrecer y mejorar dicha propuesta de valor.

La creación y mantenimiento de una propuesta de valor

sólida es un viaje continuo lleno de descubrimientos, innovación y adaptación. Al mantenerse atentos a las opiniones del cliente y comprometidos con la mejora constante, los emprendedores no solo pueden garantizar la relevancia de su oferta, sino también construir una base firme para un crecimiento sostenible y éxito a largo plazo. En un entorno empresarial dinámico, aquellos que saben escuchar y atender de manera eficaz las demandas de sus clientes tienen la oportunidad de destacar y revolucionar sus sectores industriales.

CUSTOMER EFFORT SCORE (CES)

TRANSFORMANDO LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Alexander López

Director de Servicios Académicos del Instituto Carrión



En el contexto actual, la fidelización de los clientes es un aspecto fundamental para la sostenibilidad del negocio, más aún en un mercado en el que la competencia cada vez se vuelve más agresiva y los cambios del entorno son más frecuentes.

Por otro lado, para fidelizar a un cliente es necesario evaluar y mejorar continuamente su experiencia respecto al servicio, esto aplica para todo rubro de empresas, tanto empresas comerciales, industriales y con mayor razón para empresas de servicios, dado que en todas ellas existen procesos transversales como la atención a consultas, cotizaciones, el servicio postventa para resolver alguna incidencia, devoluciones, procesos de pago, etc.

Existe un indicador llamado Customer Effort Score (CES) o indicador del esfuerzo del cliente, el cual fue desarrollado por la consultora americana Corporate Executive Board (CEB) como una alternativa al Net Promoter Score (NPS) argumentando que la reducción del esfuerzo del cliente es un predictor de la lealtad y retención más efectivo que solamente medir la disposición a recomendar medida por el NPS. El indicador fue popularizado en el 2010 a través de una publicación en Harvard Business Review en el artículo que traducido al español sería algo como “Deja de intentar de deleitar a tus clientes”, en este artículo se argumentaba que frecuentemente las empresas se enfocaban en “deleitar a sus clientes”, cuando reducir la complejidad del servicio y hacer que las interacciones sean más fáciles tenía mayor impacto en la lealtad de los clientes, es así, que se empieza a difundir el CES como una herramienta efectiva para mejorar la experiencia del cliente.

En la práctica podemos verificar que la teoría no está alejada de lo que sucede cotidianamente, por ejemplo, ¿Cuántos de nosotros comenzamos a utilizar Yape o Plin como medio de pago en lugar de las engorrosas transferencias bancarias? o ¿Cuántos de nosotros alguna vez ha preferido comprar un producto a través de Mercado Libre en lugar de salir a buscarlo en las tiendas? La explicación la encontramos en la psicología del consumidor, donde G. Loewenstein a través de sus investigaciones en el campo de la economía conductual mostró cómo la gratificación

instantánea influye en las decisiones de consumo.

El Customer Effort Score (CES), se mide a través de una encuesta sencilla utilizando una pregunta como la siguiente:

En una escala del 1 al 7, donde 1 es “muy fácil” y 7 “muy difícil” ¿Qué tan fácil fue para usted resolver su problema hoy?

El puntaje se calcula como un promedio de las respuestas de todos los clientes. Para la interpretación del resultado hay que tener en cuenta que se trata de un promedio bajo cuando el puntaje está entre 1 y 3, esto indica que la interacción del cliente con el proceso es “fácil”. Si el promedio es cercano a 4, indica que el nivel de dificultad para el cliente es medio y significa que existen oportunidades para simplificar el proceso. Por otro lado, si el promedio se encuentra entre 5 y 7, quiere decir que el proceso es complicado o confuso y podría llevar al cliente a un estado de frustración y abandonar a la empresa, en otras palabras podría convertirse en un desertor.

Para complementar el análisis es recomendable comparar los resultados con el promedio de la industria o por lo menos de los principales competidores, asimismo, podría ser de ayuda segmentar los resultados tomando en cuenta criterios como el tipo de cliente, canal de interacción, o tipo de proceso, finalmente, es útil hacer este tipo de mediciones periódicamente con la finalidad de evaluar la tendencia en el tiempo. Una tendencia decreciente podría reflejar que las mejoras en los procesos han sido percibidas positivamente por los clientes.

Ahora que lo medí ¿Qué debo hacer?, lo recomendable es hacer una revisión periódica de los procesos, existen herramientas útiles como el Customer Journey Map que es de utilidad para revisar los procesos desde la perspectiva del cliente, esta visibilidad nos permitirá entender en que casos podríamos automatizar ciertas etapas de los procesos, asimismo, otro camino posible es reforzar la capacitación del personal, ya que muchas veces el proceso puede ser el adecuado, pero no se implementa correctamente.



CAMBIO DE HABITOS

PROPUESTA PARA NUESTRO DESARROLLO PERSONAL

Doris Cayo

Coach / Alquimia Consultores



Hoy deseo abordar la importancia de construir buenos hábitos, romper aquellos que no nos aportan nada y manejar los comportamientos que conducen al éxito personal y profesional. En este sentido, deseo comentarles mi experiencia de lectura del libro “Hábitos Atómicos” escrito por James Clear y que, si bien fue publicado en el 2018, maneja conceptos muy vigentes, que nos puede ayudar a nuestro desarrollo personal. A continuación, les brindo un resumen de los puntos clave del libro.

Concepto Central

El concepto central del libro es que los hábitos, aunque pequeños y aparentemente insignificantes, tienen un poder enorme cuando se practican consistentemente a lo largo del tiempo. Clear argumenta que hacer pequeños cambios, o “hábitos atómicos”, puede llevar a mejoras significativas en nuestras vidas.

Los 4 Pasos del Cambio de Hábitos

Clear introduce un marco de cuatro pasos que son fundamentales para la creación y el cambio de hábitos:

1. Señal: Es el detonante que inicia el hábito. Identificar qué factores desencadenan tus hábitos es el primer paso para cambiarlos.

2. Deseo: Es la motivación o deseo de hacer algo en respuesta a la señal. Los hábitos se desarrollan cuando existe un deseo de satisfacer una necesidad.

3. Respuesta: Es la acción que tomas como resultado de la señal y el deseo. Esta es la conducta habitual que se realiza.

4. Recompensa: Es el beneficio que obtienes de realizar el hábito. Las recompensas refuerzan los hábitos, haciéndolos más propensos a repetirse en el futuro.

Las Leyes del Cambio de Comportamiento

El autor también introduce cuatro leyes para hacer que un hábito sea más fácil de adoptar o romper:

1. Hacerlo Obvio:

Para formar un nuevo hábito, haz que la señal sea evidente. Esto puede implicar el rediseño de tu entorno para que los buenos hábitos sean más visibles y los malos hábitos menos accesibles.

2. Hacerlo Atractivo:

Asociar los hábitos que quieres formar con algo que te guste puede aumentar la probabilidad de que lo sigas. Usar recompensas o combinar hábitos con actividades placenteras es una forma efectiva de hacer esto.

3. Hacerlo Fácil:

Simplificar el hábito, haciéndolo tan sencillo que no puedas decir que no. Clear sugiere la “regla de los dos minutos”, donde cualquier hábito nuevo debería ser tan fácil que se pueda hacer en menos de dos minutos.

4. Hacerlo Satisfactorio:

Proporcionar una recompensa inmediata después de completar un hábito refuerza la conducta, haciendo que sea más probable que se repita.

5. Importancia de la Identidad:

Uno de los aspectos más poderosos del libro es la idea de que el cambio de hábitos se basa en cambiar tu identidad. El autor sugiere que, en lugar de enfocarse únicamente en los resultados o en lo que quieres lograr, debes centrarte en quién quieres llegar a ser. Al adoptar hábitos que reflejen la identidad que deseas, los resultados vendrán como una consecuencia natural.

Conclusión

Los hábitos tienen un impacto significativo en nuestra vida diaria, ya que influyen en la forma en que nos comportamos, pensamos y sentimos. Muchas de nuestras decisiones son impulsadas por hábitos arraigados que hemos desarrollado a lo largo de los años. No obstante, tenemos la capacidad de crear hábitos positivos e ir eliminando aquellos que consideremos que nos suman para mejorar nuestra vida.



¡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:

\$31,990
s/118,363



Panamericana Sur Km. 296, sector Macacona N° 45A y 47A - Subtanjalla

 **INCAMOTORS**

¡ES MOMENTO DE
ROMPER LAS BARRERAS
Y ALCANZAR LAS
ESTRELLAS!

SÉ UN SUPERHÉROE



ESCANÉAME



25 DE OCTUBRE
**II CONGRESO DE
EMPREENDEDORES**

DATA EN EMPRENDIMIENTOS

LA IMPORTANCIA DEL MANEJO EFICIENTE

Mg. Jessica Valdiviezo.

Gerente Zegel - Campus Chiclayo



En la era digital, los datos se han convertido en uno de los activos más valiosos para cualquier negocio, y los emprendimientos no son la excepción. Desde la identificación de tendencias del mercado hasta la personalización de la experiencia del cliente, el manejo adecuado de la data puede marcar la diferencia entre el éxito y el fracaso de un emprendimiento. Sin embargo, muchos emprendedores no conocen el poder que tiene su data pudiendo perder oportunidades importantes de crecimiento e innovación en sus negocios. Vamos a explorar su importancia y en qué áreas se debe implementar el análisis de data.

Importancia del Manejo de Data

El manejo de data permite a los emprendedores tomar decisiones basadas en hechos y no en suposiciones, muchas veces la experiencia empírica no basta. Al analizar patrones de comportamiento, preferencias de los clientes, métricas de rendimiento, análisis de atención al cliente; los emprendedores pueden identificar qué productos o servicios están funcionando, cuáles necesitan mejoras y dónde se encuentran las oportunidades para expandirse. Esto no solo ayuda a optimizar los recursos, sino que también reduce riesgos, ya que las decisiones se basan en información concreta y no en corazonadas.

Datos que deben analizar los emprendedores:

1. Datos Demográficos: Conocer quiénes son tus clientes (edad, género, ubicación, etc.) es fundamental para dirigir estrategias de marketing efectivas y personalizadas.

2. Datos de Comportamiento: Entender cómo los clientes interactúan con tu producto o servicio, desde el tiempo que pasan en tu sitio web, en tu establecimiento, hasta sus patrones de compra, permite optimizar la experiencia del cliente y aumentar la retención.

3. Datos Financieros: Monitorear los ingresos, costos y márgenes de beneficio en tiempo real ayuda a los emprendedores a gestionar de una mejor manera sus

finanzas e identificar áreas donde se pueden reducir costos y ser más eficientes.

4. Datos de Competencia: Analizar el mercado y conocer a la competencia proporciona una ventaja competitiva, permitiendo anticipar movimientos en el mercado y ajustar estrategias de negocio.

Emprendedores, en un mundo donde la competencia es cada vez más feroz y el consumidor más exigente, la data es tu aliada más poderosa. No importa el tamaño de tu negocio, integrar el manejo de data en tus operaciones diarias te permitirá tomar decisiones más inteligentes, ofrecer productos y servicios que realmente satisfacen las necesidades de tus clientes, y llevar tu emprendimiento al siguiente nivel.

La elección de las mejores herramientas de análisis de datos depende de una serie de factores, como tamaño de la empresa y necesidades específicas. Aquí te muestro tres herramientas que una pequeña o mediana empresa puede incorporar para el análisis de datos:

1. Tableau


Tableau es una herramienta de análisis de datos visual que permite a las empresas crear informes y paneles de datos atractivos e informativos. Tableau es una herramienta intuitiva y fácil de usar, lo que la hace ideal para empresas de todos los tamaños.

2. QlikView

QlikView es otra herramienta de análisis de datos visual que es popular entre las empresas. QlikView es conocido por su capacidad para conectar datos de diferentes fuentes y crear informes personalizados.

3. Power BI

Power BI es una herramienta de análisis de datos de Microsoft que es popular entre las empresas que utilizan otros productos de Microsoft, como Office 365 o Azure. Power BI es una herramienta completa que ofrece una amplia gama de funciones de análisis de datos.

A young woman with dark hair pulled back, wearing a black blazer over a white collared shirt and a gold necklace, is looking down at a laptop screen. The background is a purple textured wall with a grid pattern. The laptop screen is dark and mostly blank.

Comienza hoy mismo a recolectar, analizar y aplicar la data en tu negocio. Invierte en herramientas de análisis de datos, capacita a tu equipo en su uso y adopta una cultura basada en la información. El futuro de tu emprendimiento depende de ello.

MANEJO DE LAS EMOCIONES

LA CLAVE PARA UN LIDERAZGO EFECTIVO

Alejandro Castro Mendivil

Educador y coach ejecutivo



En el dinámico mundo de la gestión ejecutiva, los líderes enfrentan desafíos constantes que exigen decisiones rápidas, empatía, y la habilidad de mantener un equipo motivado y enfocado. Sin embargo, uno de los aspectos más subestimados, pero cruciales, en el liderazgo es el manejo de las emociones, tanto propias como de los demás.

La Inteligencia Emocional como Pilar del Liderazgo

La inteligencia emocional (IE) se define como la capacidad de reconocer, comprender y manejar nuestras propias emociones, así como la habilidad de influir en las emociones de los demás. Daniel Goleman, autor y pionero en este concepto, identifica cinco componentes clave de la IE: autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales. Un líder que domina estos elementos no solo maneja mejor situaciones de estrés, sino que también es capaz de crear un entorno de trabajo más armonioso y productivo.

Autoconciencia: Conócete a Ti Mismo para Guiar a los Demás

El primer paso para manejar efectivamente las emociones es la autoconciencia. Los líderes que son conscientes de sus propias emociones pueden identificar cómo estas impactan su toma de decisiones y su interacción con los demás. En la gestión, la autoconciencia ayuda a los líderes a detectar cuándo una situación está activando respuestas emocionales que podrían nublar su juicio. Este conocimiento interno permite una mayor objetividad y reduce la probabilidad de tomar decisiones impulsivas.

Autorregulación: El Arte de Mantener la Calma Bajo Presión

La autorregulación es la habilidad de controlar o redirigir las emociones impulsivas. En un entorno de alta presión, los líderes que mantienen la calma pueden inspirar confianza en su equipo. Por ejemplo, en medio de una crisis, un líder que muestra serenidad y claridad mental no solo gestiona la situación de manera efectiva, sino que también influye positivamente en la moral del equipo. La autorregulación no significa reprimir las emociones, sino gestionirlas de manera constructiva para que no interfieran en la consecución

de los objetivos.

Empatía: Conectando con los Empleados a un Nivel Humano

La empatía es una de las competencias más valoradas en el liderazgo actual. No se trata solo de comprender las emociones de los demás, sino de saber cómo responder de manera que fortalezca las relaciones. Los líderes empáticos son capaces de leer el estado emocional de su equipo y ofrecer apoyo cuando es necesario. En tiempos de incertidumbre o cambio, la empatía permite que los líderes comuniquen de manera más efectiva, ajustando su mensaje para resonar con las preocupaciones y necesidades del equipo.

La Motivación y las Habilidades Sociales: Impulsando Resultados a Través de las Relaciones

Los líderes motivados y con fuertes habilidades sociales no solo gestionan bien sus propias emociones, sino que también son expertos en manejar las dinámicas interpersonales dentro de sus equipos. La motivación, impulsada por una pasión interna más allá de las recompensas externas, es contagiosa y puede inspirar a los demás a alcanzar niveles más altos de desempeño. Las habilidades sociales, por otro lado, son clave para construir y mantener relaciones de trabajo saludables, resolver conflictos y crear un ambiente colaborativo.

Cómo Desarrollar la Inteligencia Emocional en la Gestión

El desarrollo de la inteligencia emocional requiere práctica y reflexión constante. Aquí algunos pasos clave para cualquier líder que desee mejorar en este aspecto:

1. Autoevaluación Regular: Tomarse el tiempo para reflexionar sobre las propias reacciones emocionales en diversas situaciones permite identificar patrones y áreas de mejora.
2. Mindfulness y Técnicas de Relajación: Incorporar prácticas como la meditación o la respiración consciente ayuda a mantener la calma y la claridad mental en momentos de tensión.
3. Feedback Constante: Buscar retroalimentación sincera de colegas y subordinados sobre cómo se



percibe la gestión emocional es fundamental para el crecimiento personal.

4. Formación y Coaching: Invertir en entrenamientos específicos sobre inteligencia emocional y liderazgo es una excelente manera de adquirir nuevas herramientas para la gestión.

El Impacto del Buen Manejo Emocional en la Cultura Organizacional

Un líder que maneja sus emociones de manera efectiva crea una cultura organizacional donde la comunicación es abierta, las relaciones son más fluidas y los conflictos se resuelven de manera constructiva.

Además, este enfoque genera un ambiente de trabajo más positivo, lo cual se traduce en menores niveles de estrés, mayor productividad y un sentido de pertenencia entre los empleados.

En un entorno donde los desafíos son cada vez más complejos y las demandas cambian rápidamente, los líderes con una alta inteligencia emocional están mejor equipados para navegar la incertidumbre, motivar a sus equipos y llevar a la organización hacia el éxito. El manejo efectivo de las emociones no es un complemento opcional, sino un pilar esencial en la gestión ejecutiva moderna.

SABORES

QUE CAUTIVAN



Battle Royale es un emprendimiento innovador de Ica que ha ganado popularidad por sus hamburguesas caseras, destacándose por su calidad, sabor y creatividad.

Además, han ampliado su influencia ofreciendo un exclusivo servicio de catering para eventos

Desde reuniones corporativas hasta celebraciones familiares, su equipo proporciona un menú personalizado que se ajusta a las necesidades de cada evento, marcando una diferencia en la región.

Ya sea para comidas casuales o eventos importantes, Battle Royale promete una experiencia excepcional.

CONTACTO Y MAS INFORMACIÓN:



Las mejores Hamburguesas de Ica



944 788 322

Encuétranos
también en:



S/
40



Don Curu

Queso mozzarella,
salsa de tomate,
jamón, salame,
champigñones,
aceitunas verdes y
cebolla blanca



S/
35



Hawaiana

Queso mozzarella,
salsa de tomate,
jamón y piña en
trozos

CURUFONO: 912319719

CHATBOTS: PROBLEMA O SOLUCIÓN

Aldo Benavides

Especialista en Gestión Empresarial

Muchos usuarios se arrepienten de haber presentado quejas a través de chatbots porque muchas veces no entienden la queja ni brindan soluciones satisfactorias. Además, las personas se ven obligadas a pasar varios minutos interactuando con estos sistemas antes de recibir información de las personas.

No hay forma de hablar con un consultor y los usuarios están sujetos a elecciones predefinidas por las empresas, según un estudio realizado por la Presidencia del Consejo de Ministros (PCM), y la Asociación de Consumidores y Consumidoras del Perú (ASPEC).

El presidente de la Agencia de Protección al Consumidor de nuestro país dijo que la Ley No. 31601, establecida el 5 de noviembre de 2022, que tiene como objetivo utilizar dispositivos automatizados respaldados por inteligencia artificial (IA), lo que crea el derecho de los usuarios a tener opciones.

LaPCM, cree que sólo el 28,1% de las organizaciones han implementado soluciones o procesos de IA; De este grupo, solo el 14% ha utilizado algún servicio impulsado por inteligencia artificial (chatbot, asistente virtual, etc.), y solo el 15% de este grupo reportó que no lo hizo y los servicios de chatbot, han decidido mantener un operador o mensaje instantáneo o asistente telefónico de acuerdo con la normativa vigente.

Organizaciones públicas y privadas deben participar con pleno consentimiento, que es otra investigación. Por lo tanto, es importante que los usuarios y los gobiernos cuiden su uso, porque pueden ser utilizados para actividades que violen los derechos de los usuarios, como robar sus datos, controlar a los empleados con algoritmos profundos, etc.

Según el estudio de Neo Consulting, realizado a 270 peruanos, el 63% de personas prefieren interactuar con un chatbot a través de la plataforma de WhatsApp, a tratarlos mediante las redes sociales o el correo electrónico, mientras que un 23% de personas que prefiere usar un chatbot a tener que esperar la atención del personal de atención al cliente, que en muchos casos puede tardar hasta horas.

A pesar de los retos que implica la implementación de chatbots, es indudable que, cuando se emplean adecuadamente, estos sistemas pueden ofrecer

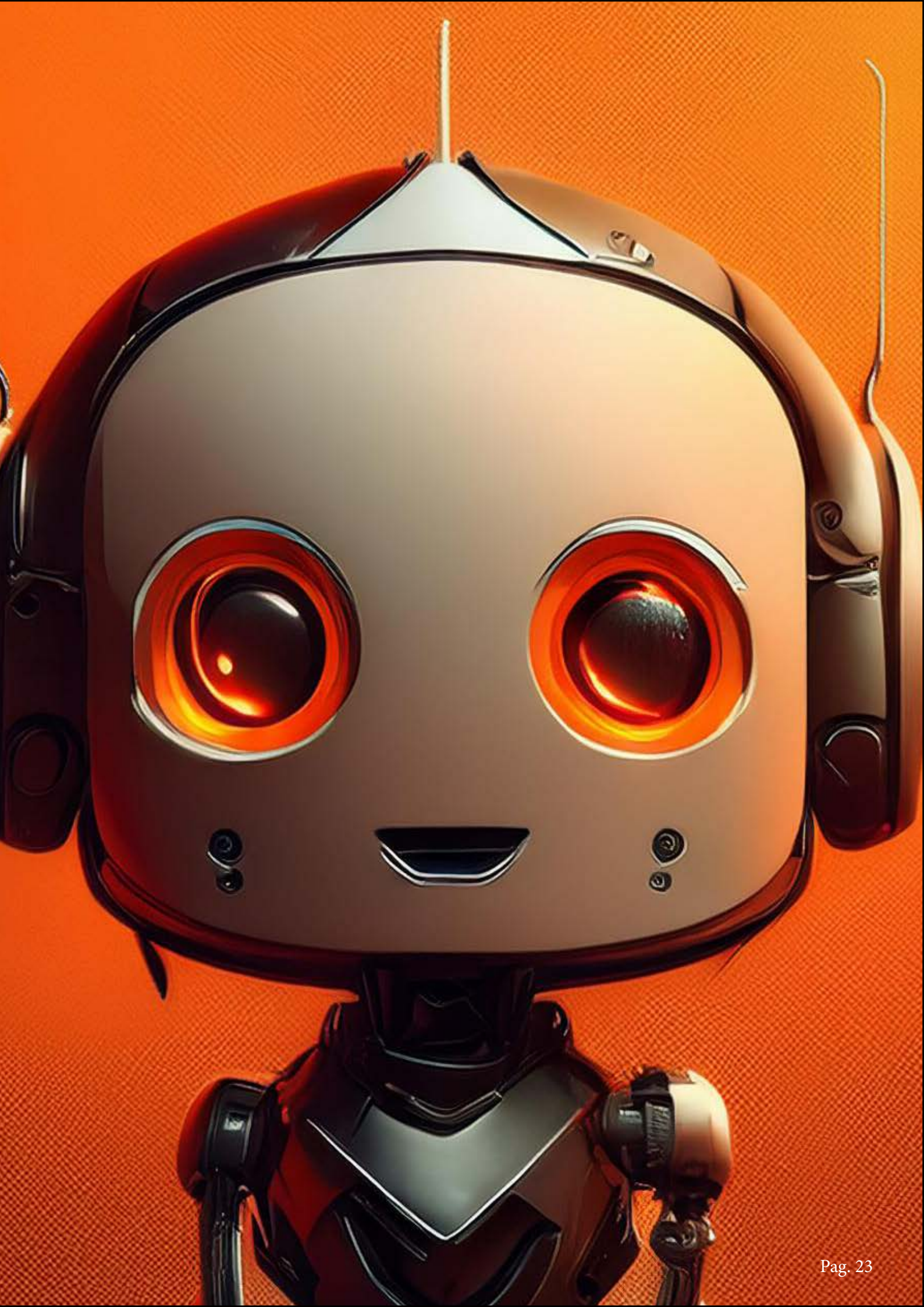
beneficios significativos tanto para las compañías como para los consumidores. Los chatbots tienen la capacidad de gestionar múltiples interacciones al mismo tiempo, reduciendo los tiempos de espera y mejorando la eficiencia del servicio al cliente. Además, pueden estar disponibles las 24 horas del día, los 7 días a la semana, brindando ayuda inmediata a los usuarios en cualquier momento; esto resulta especialmente valioso en sectores donde la rapidez en las respuestas es crucial.

No obstante, para que los chatbots sean auténticamente efectivos y no se perciban como un inconveniente, es esencial que sean diseñados con un enfoque centrado en el usuario. Esto implica programarlos para poder manejar consultas complejas y ofrecer respuestas personalizadas. La formación continua basada en IA y el aprendizaje automático pueden contribuir a mejorar su capacidad de comprensión y procesamiento del lenguaje natural, lo que posibilita una interacción más fluida y natural con los usuarios.

El porvenir de los chatbots parece prometedor, con avances tecnológicos que continuamente perfeccionan su inteligencia y habilidad empática.

Empresas innovadoras están explorando la utilización de emociones artificiales y reconocimiento vocal para mejorar las interacciones con los chatbots, haciéndolas más cercanas a las humanas. Esto podría cambiar la percepción negativa que algunos consumidores tienen hacia estas tecnologías en el futuro. Además, la integración de chatbots con otras tecnologías emergentes, como la realidad aumentada y sistemas de recomendación personalizados, podría ampliar aún más su utilidad.

En última instancia, el éxito en la adopción de chatbots depende de la transparencia y ética. Las empresas deben ser transparentes sobre cuándo y cómo se utilizan los chatbots, garantizando siempre el respeto por los derechos de los usuarios. Establecer normativas claras y brindar a los usuarios la opción de comunicarse con un humano en cualquier momento son pasos clave para construir confianza y aceptación. Al abordar estos aspectos, los chatbots pueden pasar de ser vistos como un problema a convertirse en una solución integral y valorada dentro del ámbito del servicio al cliente.



FUNNELABLE

GUIANDO A LOS VISITANTES HACIA LA ACCIÓN

Carlos Preciado

Consultor en marketing digital, posicionamiento SEO y SEM



Este es el último artículo de: 3 Características que Debe Tener una Página Web Exitosa. Espero que cada artículo te haya servido a mejorar la página web de tu negocio.

El Poder de un Embudo de Conversión Efectivo

En el mundo digital, tener una página web atractiva no es suficiente. Para que tu sitio sea verdaderamente exitoso, necesitas algo más: un embudo de conversión efectivo que guíe a los visitantes desde el primer clic hasta la acción deseada. Este proceso, conocido como “funnelable”, es esencial para maximizar el rendimiento de tu página web. En este artículo, exploraremos en profundidad qué significa ser funnelable, cómo puedes crear un embudo de conversión que funcione y qué elementos son indispensables para asegurar que tus visitantes se conviertan en clientes leales.

¿Qué es Funnelable?

Funnelable es un término que describe la capacidad de un sitio web para guiar a los visitantes a través de un embudo de conversión bien diseñado. En pocas palabras, se trata de la habilidad de tu sitio para convertir tráfico en ventas, registros, suscripciones o cualquier otro tipo de acción que sea importante para tu negocio. Un embudo de conversión típico tiene varias etapas, desde la atracción inicial hasta la conversión final, y cada etapa debe estar optimizada para mantener al usuario interesado y avanzar hacia el siguiente paso.

La Estructura de un Embudo de Conversión

Un embudo de conversión eficaz tiene varias etapas clave que deben ser cuidadosamente diseñadas para maximizar las tasas de conversión:

1. Atracción: Captar la Atención del Visitante

Esta es la primera etapa del embudo, donde el objetivo es atraer a los visitantes a tu sitio web. Esto puede lograrse a través de estrategias de SEO, campañas en redes sociales, anuncios pagados, entre otros métodos. Aquí, el contenido debe ser atractivo y relevante para captar la atención desde el primer momento.

2. Consideración: Mantener el Interés

Una vez que el visitante está en tu sitio, el siguiente paso es mantener su interés. Esto se logra proporcionando contenido valioso, ofertas tentadoras y una navegación intuitiva. La página debe estar diseñada de manera que el usuario pueda encontrar fácilmente lo que busca y se sienta motivado a explorar más.

3. Conversión: Guía hacia la Acción

La etapa final del embudo es la conversión, donde el visitante realiza la acción deseada, como hacer una compra, registrarse para un boletín o completar un formulario de contacto. Aquí, las llamadas a la acción (CTA) deben ser claras y fáciles de seguir.

Elementos Clave de un Embudo Funnelable

Para que tu sitio sea verdaderamente funnelable, necesitas asegurarte de que incluye ciertos elementos clave en cada etapa del embudo:

1. Landing Pages Optimizadas

Las páginas de destino son fundamentales para guiar a los visitantes a través del embudo. Estas páginas deben estar diseñadas para un propósito específico, ya sea captar leads, vender un producto o promocionar una oferta. Cada landing page debe estar optimizada para la acción que deseas que el visitante realice.

2. Contenido Persuasivo

El contenido es el corazón de cualquier embudo de conversión. Desde el copy de la página de inicio hasta los artículos del blog, cada palabra debe estar cuidadosamente elegida para persuadir y motivar al visitante a tomar acción. Utiliza testimonios, estudios de caso y datos relevantes para respaldar tus afirmaciones y construir confianza.

3. CTAs Claras y Convincentes

Las llamadas a la acción son los puntos de contacto cruciales que guían al visitante hacia la conversión. Asegúrate de que tus CTAs sean visibles, claras y convincentes. Utiliza un lenguaje que incite a la acción y coloca las CTAs estratégicamente en toda tu página para maximizar las oportunidades de conversión.

Cómo Medir la Efectividad de tu Embudo

Una vez que hayas implementado tu embudo de conversión, es importante medir su efectividad para asegurarte de que estás en el camino correcto. Aquí te presento algunos KPIs clave que debes monitorear:

1. Tasa de Conversión

La tasa de conversión es quizás la métrica más importante, ya que indica el porcentaje de visitantes que realizan la acción deseada. Esta métrica te ayuda a entender qué tan efectivo es tu embudo en guiar a los visitantes hacia la conversión.

2. Tasa de Rebote

La tasa de rebote mide el porcentaje de visitantes que abandonan tu sitio después de ver solo una página.



Una tasa de rebote alta puede indicar problemas en la primera etapa del embudo, como una falta de atractivo en el contenido o problemas de usabilidad.

3. Tiempo en el Sitio

El tiempo promedio que los usuarios pasan en tu sitio es otra métrica importante. Un tiempo en el sitio bajo puede indicar que los visitantes no están encontrando lo que buscan o que el contenido no es lo suficientemente atractivo para mantener su interés.

Consejos para Optimizar tu Embudo de Conversión

1. Prueba A/B

El test A/B es una herramienta poderosa para optimizar cada etapa de tu embudo. Realiza pruebas en tus CTAs, páginas de destino, formularios y cualquier otro elemento clave para identificar qué versiones funcionan mejor y generan más conversiones.

2. Personalización

La personalización es una estrategia efectiva para mejorar la relevancia del contenido y aumentar las tasas de conversión. Utiliza datos del usuario para ofrecer experiencias personalizadas, como recomendaciones de productos basadas en compras anteriores o contenido específico según la ubicación.

Errores Comunes en la Creación de un Embudo

Incluso los marketers más experimentados pueden cometer errores al diseñar un embudo de conversión.

Aquí hay algunos errores comunes que debes evitar:

1. Demasiadas Opciones

Ofrecer demasiadas opciones a los visitantes puede resultar en parálisis por análisis, donde el usuario no sabe qué acción tomar. Mantén tu embudo simple y enfocado, con un camino claro hacia la conversión.

2. Formularios Complicados

Los formularios largos y complicados pueden ser un obstáculo para la conversión. Mantén tus formularios cortos y solo solicita la información esencial para minimizar la fricción y aumentar las tasas de conversión.

Conclusión: La Importancia de Ser Funnelable

Ser funnelable es esencial para cualquier negocio que busque maximizar el rendimiento de su página web. Al diseñar un embudo de conversión efectivo, puedes guiar a tus visitantes desde el primer clic hasta la acción final, asegurando que cada interacción cuente. Si necesitas ayuda para optimizar tu sitio web y crear un embudo de conversión que realmente funcione, no dudes en ponerte en contacto conmigo. Con más de 10 años de experiencia en marketing digital y un enfoque experto en SEM y SEO, estoy aquí para ayudarte a llevar tu estrategia al siguiente nivel. ¡Hablemos y empecemos a convertir clics en clientes!



ALTADUNA

Condominio

¡Esta es tu oportunidad de elegir el mejor lugar para construir tu casa! 🏠

Vive en Condominio Altaduna, un espacio seguro, moderno, tranquilo, que te brinda áreas recreativas y de deportes. Altaduna es un condominio para viviendas de primer uso con todas las instalaciones preparadas para uso permanentemente.

Te ofrecemos:

Piscina amplia de 20m x 6m 🏊♂

Club House 🏠

Cancha de tenis 🎾

Cancha Multideportiva 🏀🏈

Ciclo vía 🚲♂

Zona de Parrillas 🍖

Zona de Fogatas 🔥

Zona de juegos para niños 🧒

Amplias áreas verdes

Cableado eléctrico Subterráneo ⚡

Pozo propio. 🚰

Vías asfaltadas. 🛣️

Veredas.

Seguridad las 24 horas del día con sistema de circuito cerrado de cámaras de vigilancia 📹 y sistema de alarmas comunitarias. 🚒

Único condominio preparado para personas con discapacidad.

2 Pórticos de ingreso

👉 Adquiere lotes desde 300 m2 y diseña la casa de tus sueños en nuestro condominio exclusivo Altaduna ubicado en Ica – Macacona. 🏠👨👩👧

Financiamiento directo hasta en 5 años! Pregunta por el descuento si es pago al contado.

■ Contáctanos ahora y recibe más información. Cel: 987368412

Mira nuestro proyecto en www.dunacon.pe

Síguenos en Instagram y Facebook como Dunacon ó como Altaduna condominio.

Fotos Reales





RAÚL
SALGADO

www.salgadoyasociados.com

☎ 51-934 951 455

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

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

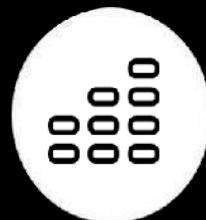
Construye su estrategia sobre estas bases y asegura una ejecución impecable, con enfoque en las ventas y fidelización del cliente. Esta ejecución se asegura con una cultura poderosa.



Asesoramiento
empresarial



Investigación
de mercado



Elaboración de
instrumentos

NUESTROS
SERVICIOS

EL DIAGRAMA DE PARETO PARA LA TOMA DE DECISIONES EN SST

Gino Condori.

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



¿Qué es el Diagrama de Pareto?

Es una representación gráfica de los datos obtenidos sobre un problema, que ayuda a identificar cuáles son los aspectos prioritarios que hay que tratar.

El diagrama de Pareto es una variación del histograma tradicional, puesto que en el Pareto se ordenan los datos por su frecuencia de mayor a menor.

El principio de Pareto, también conocido como la regla 80 – 20, enunció en su momento que «el 20% de la población, poseía el 80% de la riqueza».

Ley o Principio de Pareto

Representa la regla 80/20, es decir, que, en la mayoría de las situaciones:

El 80% de las consecuencias son debido al 20% de las acciones o el 80% de los defectos de un producto se debe al 20% de las causas.

Lo que se busca, es concentrar los esfuerzos en localizar y eliminar esas pocas causas que producen la mayor parte de los problemas.

Toma de Decisiones en la Prevención de Incidentes, Accidentes o Enfermedades a causa del Trabajo

En toda buena gestión, la toma de decisiones permite desarrollar las mejores acciones encaminadas a obtener resultados propios de los objetivos propuestos.

El uso del Diagrama de Pareto es una herramienta que permite tomar grandes decisiones en cualquier sistema de gestión, uno en especial es el de seguridad y salud en el trabajo ya que podríamos priorizar temas relevantes sobre las causas principales que ocasionan los accidentes de trabajo y en cuál de ellos podríamos enfocarnos más para evitar que se repiten. Es decir, serviría para hacer una mejor prevención.

En el mundo de la seguridad y salud en el trabajo, el uso de Pareto podría tomar como datos relevantes las

formas de accidentes de trabajo, los agentes causantes, las partes del cuerpo más afectadas, las labores donde más ocurren los accidentes, los mayores responsables de los trabajadores que tienen accidentes, las áreas donde hay mayores ocurrencias, entre otros.

Los resultados podrán permitir tomar decisiones en qué debemos enfocarnos más para evitar, por ejemplo, accidentes laborales, en qué áreas o personas debemos brindar el apoyo necesario a falta de elementos preventivos y mucho más.

Un caso para poder entender mejor este tema se da en una empresa que en el año 2023, se produjeron 45 accidentes laborales repartidos en todos los meses del mismo. La empresa empezó a analizar las formas más recurrentes por las que se produjeron estos accidentes obteniendo los siguientes resultados:

FORMA DE ACCIDENTES AÑO 2023			
FORMA DE ACCIDENTE	TOTAL	% RELATIVO	% ACUMULADO
Caída de personas a nivel	8	18%	18%
Golpes por objetos (excepto caídas)	7	16%	33%
Caída de objetos	7	16%	49%
Esfuerzos físicos o falsos movimientos	6	13%	62%
Choque contra objetos	6	13%	76%
Caída de personas de altura	3	7%	82%
Aprisionamiento o atrapamiento	3	7%	89%
Contacto con materiales calientes o incandescentes	2	4%	93%
Mordedura de animales	1	2%	96%
Pisada sobre objetos	1	2%	98%
Explosión o Implosión	1	2%	100%
TOTAL	45	100%	

El 82% de los accidentes de trabajo ocurridos en el año 2023, responden solo a seis formas de accidentes. Siguiendo lo señalado por el Principio de Pareto, estos son los tipos de accidentes en los cuales debemos centrar con prioridad nuestras acciones de prevención. Si logramos controlarlos podríamos reducir drásticamente el número de accidentes que han venido ocurriendo. Eso no quita que nos descuidemos de las otras formas.



¿EMPRESARIO EXCELENTE?

QUE NECESITO PARA SERLO

Lucía de Nieri

Especialista en gestión y finanzas

Para llegar y mantener el estatus de excelente empresario, se requiere cumplir con ciertas obligaciones y prácticas que aseguran la sostenibilidad y el cumplimiento de las normativas y reglamentaciones que existen en el Perú.

Les paso algunos consejos clave:

Lo que concierne al cumplimiento Fiscal

- Registro Tributario: Se Debe mantener actualizado el Registro de Contribuyentes (RUS o RUC) y cumplir con todas las obligaciones fiscales correspondientes.

- Declaraciones: se deben realizar las declaraciones tributarias en tiempo y forma, tanto las mensuales como la anual.

- Facturación Electrónica: actualmente se debe emitir facturas electrónicas por todas las ventas o servicios prestados.

Lo que concierne a la Gestión Financiera

- Contabilidad: Llevar un control contable riguroso, preferiblemente con el apoyo de un contador.

- Costos y Gastos: Controlar los costos y gastos, asegurándose de que no superen los ingresos.

- Flujo de Efectivo: Debes mantener un flujo de efectivo positivo para asegurar la continuidad del negocio.

Lo que concierne al Cumplimiento Legal

- Licencias y Permisos: Sumamente importante el asegurarse de tener todas las licencias y permisos necesarios para operar en tu localidad y en tu sector, al día.

- Normas Laborales: Si en tu negocio tienes empleados, cumple con las obligaciones laborales,

como la inscripción al Seguro Social y el pago de salarios y prestaciones.

Lo que concierne a la Innovación y Competitividad

- Capacitación: Actualízate constantemente en temas relacionados con tu negocio, como marketing, administración y uso de nuevas tecnologías. Capacita a tu personal, si lo tienes.

- Innovación: Mejora continuamente tus productos o servicios para mantenerte competitivo en el mercado.

- Atención al Cliente: una excelente atención al cliente, para construir una base sólida de clientes leales y una de las mejores maneras de “marketearse”.

Lo que concierne a la Planificación Estratégica

- Objetivos Claros: Se debe Definir objetivos a corto, mediano y largo plazo para la empresa.

- Análisis de Mercado: Una evaluación constante del mercado, para ajustar tu estrategia empresarial.

- Diversificación: Hay que considerar la diversificación de las oferta para reducir riesgos.

Lo que concierne a las Redes y Alianzas

- Networking o Red de Contactos : Si tienes un producto propio, participa en eventos, ferias y acércate a la cámara de comercio para expandirte, asiste a los eventos que realizan tus proveedores, para conocer el producto y sus beneficios.

- Colaboraciones: El buscar alianzas estratégicas con otras empresas para crecer y fortalecer tu negocio, también es importante.

Mantenerte informado sobre cambios en las regulaciones y buscar apoyo en asesorías especializadas te ayudará a seguir operando como un empresario de manera exitosa.



LA QUINTA DISCIPLINA

EL ARTE DE LA ORGANIZACIÓN ABIERTA AL APRENDIZAJE

Luis Puppi Ugaz

Consultor Empresarial



Disciplinas de la Organización Inteligente

Pensamiento Sistémico: Completitud.

- Es un método para identificar algunas reglas, serie de patrones, y sucesos, para prepararnos a cara al futuro e influir sobre él en alguna medida (aporta cierto control). Contempla el todo y las partes, así como las conexiones entre ellas y estudia el todo para poder comprenderlas. Es lo opuesto al reduccionismo, es decir, la idea de que algo es simplemente la suma de sus partes.

- El pensamiento sistémico es un marco conceptual, un cuerpo de conocimientos y herramientas que se ha desarrollado en los últimos cincuenta años, para que los patrones totales resulten más claros, y para ayudarnos a modificarlos.

- Aunque las herramientas son nuevas, suponen una visión del mundo extremadamente intuitiva; experimentos realizados con niños demuestran que ellos aprenden rápidamente el pensamiento sistémico.

Las ventajas del pensamiento sistémico:

- Sirve para ejercer una mayor influencia en la propia vida, pues permite descubrir los patrones que se repiten en los acontecimientos.

- Proporciona métodos más eficaces para afrontar los problemas y para modificar el pensamiento que lo origina.

- Acaba para siempre con la actitud de esfuerzo permanente o al menos lo reduce en forma considerable.

- Es la base de un razonamiento claro, y una buena comunicación, una forma de profundizar y ampliar nuestros puntos de vista.

- Permite superar la tendencia de culpar a los demás o a uno mismo de lo que ocurre.

- Es un instrumento fundamental para guiarse a uno mismo y a otros con más eficacia.

Dominio Personal: Aptitud.

- El dominio personal es la disciplina que permite aclarar y ahondar continuamente nuestra visión personal, concentrar las energías, desarrollar paciencia y ver la realidad objetivamente. En cuanto tal, es una piedra angular de la organización inteligente, su cimiento espiritual. El afán y la capacidad de aprender de una organización no puede ser mayores que la de sus miembros. Las raíces de esta disciplina se nutren

de tradiciones espirituales de Oriente y Occidente, así como de tradiciones seculares.

- Pocas organizaciones alientan el crecimiento de sus integrantes. Las personas ingresan en los negocios como individuos brillantes, cultos y entusiastas, rebosantes de energía y deseos de introducir cambios. Cuando llegan a los 30 años, algunos se concentran sólo en su propia promoción y los demás reservan su tiempo para hacer lo que les interesa en el fin de semana. Pierden el compromiso, el sentido de misión y el estímulo con que iniciaron su carrera.

Modelos Mentales: Actitud.

- Los modelos mentales son supuestos hondamente arraigados, generalizaciones e imágenes que influyen sobre nuestro modo de comprender el mundo y actuar. Los modelos mentales de conducta empresarial también están profundamente arraigados. Muchas percepciones acerca de mercados nuevos o de prácticas organizacionales anticuadas no se llevan a la práctica porque entran en conflicto con poderosos y tácitos modelos mentales.

- La disciplina de trabajar con modelos mentales empieza por volver el espejo hacia adentro: aprender a exhumar nuestras imágenes internas del mundo, para llevarlas a la superficie y someterlas a un riguroso escrutinio. También incluye la aptitud para entablar conversaciones abiertas donde se equilibre la indagación (actitud inquisitiva) con la persuasión, donde la gente manifieste sus pensamientos para exponerlos a la influencia de otros.

Visión Compartida: Compromiso.

- Cuando hay una visión genuina (muy opuesta a la familiar “formulación de visión”), la gente no sobresale ni aprende porque se lo ordenen sino porque lo desea. Pero muchos líderes tienen visiones personales que nunca se traducen en visiones compartidas y estimulantes. Con frecuencia, la visión compartida de una compañía gira en torno del carisma del líder, o de una crisis que acicatea a todos.

- Pero, la mayoría de la gente prefiere perseguir una meta elevada, no solo en tiempos de crisis sino en todo momento. Lo que faltaba era una disciplina para traducir la visión individual en una visión compartida: no un “recetario”, sino un conjunto de principios y prácticas rectoras.

- La práctica de la visión compartida supone aptitudes para configurar “visiones del futuro” compartidas que propicien un compromiso genuino antes que un acatamiento. Al dominar esta disciplina, los líderes aprenden que es contraproducente tratar de imponer una visión, por sincera que sea.

Aprendizaje en Equipo: Fuerza.

- Hay ejemplos donde la inteligencia del equipo supera la inteligencia de sus integrantes, y donde los equipos desarrollan aptitudes extraordinarias para la acción coordinada. Cuando los equipos aprenden, no solo generan resultados extraordinarios sino que sus integrantes crecen con mayor rapidez.

- La disciplina del aprendizaje en equipo comienza con el “diálogo”, la capacidad de los miembros del equipo para suspender los supuestos e ingresar en un auténtico pensamiento conjunto. Hoy en día se está redescubriendo los principios y la práctica del diálogo, y se procura integrarlos a un contexto contemporáneo.

- La disciplina del diálogo también implica aprender a reconocer los patrones de interacción que erosionan el aprendizaje en equipo. El aprendizaje en equipo es vital porque la unidad fundamental de aprendizaje en las organizaciones modernas no es el individuo sino el equipo.

La práctica de una disciplina supone un compromiso constante con el aprendizaje. “Nunca se llega”, uno se pasa la vida dominando disciplinas. Nunca se puede decir: “somos una organización inteligente”, así como nadie puede decir: “soy una persona culta”. Cuanto más aprendemos, más comprendemos nuestra ignorancia. Una empresa no puede ser excelente, en el sentido de haber alcanzado una excelencia permanente; siempre está practicando las disciplinas del aprendizaje, al borde de ser mejor o peor.

La Quinta Disciplina

- El pensamiento sistémico es la quinta disciplina, es la que integra las demás disciplinas, fusionándolas en un cuerpo coherente de teoría y práctica. Sin una orientación sistémica, no hay motivación para examinar cómo se interrelacionan las disciplinas. Al enfatizar cada una de las demás disciplinas, el pensamiento sistémico nos recuerda continuamente que el todo puede superar la suma de las partes.

- El pensamiento sistémico también requiere las disciplinas concernientes a la visión compartida, los modelos mentales, el aprendizaje en equipo y el dominio personal para realizar su potencial. La construcción de una visión compartida alienta un compromiso a largo plazo. Los modelos mentales enfatizan la apertura necesaria para desdibujar las limitaciones de nuestra manera actual de ver el mundo.

El aprendizaje en equipo desarrolla las aptitudes de grupo de personas para buscar una figura más amplia que trasciende las perspectivas individuales. Y el dominio personal alienta la motivación personal para aprender continuamente cómo nuestros actos afectan al mundo.

- El pensamiento sistémico permite comprender el aspecto más sutil de la organización inteligente, la nueva percepción que se tiene de sí mismo y del mundo. Una organización inteligente es un ámbito donde la gente descubre continuamente cómo crea su realidad. Y cómo puede modificarla.



TIP EMPRESA

DIRECTOR: Raul Salgado

EDITOR: Julio Ortiz

COLABORACION ESPECIAL:

- Alexander López
- Doris Cayo
- Jessica Valdiviezo.
- Alejandro Castro
- Aldo Benavides
- Carlos Preciado
- Gino Condori.
- Lucía de Nieri
- Luis Puppi

