

TIP EMPRESA

LA REVISTA ESPECIALIZADA EN EL EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI

Nº 33 Mayo 2024

HERRAMIENTAS EMPRESARIALES

OPERACIONES
COMUNICACIÓN
COMERCIAL
FINANZAS

ESTRATEGIA VS CONTENIDOS

LA IMPORTANCIA
DEL ENFOQUE

PRIMER LUGAR LEIDA

MÁS ALLÁ DE LA
PRIMERA IMPRESIÓN

LÍDER NIVEL 5

REVISAMOS EL LIBRO
DE JIM COLLINS





EDITORIAL

En el dinámico y muchas veces implacable universo del emprendimiento, cada elección tiene peso, cada recurso espreciado y cada instancia de indecisión puede tener un costo mayor al que uno pueda siquiera imaginar. Aunque la intuición ha sido por mucho tiempo el guía de muchos emprendedores valientes, en la era moderna del comercio se requiere un enfoque más analítico y fundamentado en datos para optimizar la eficiencia y reducir al mínimo los errores minimizando el riesgo.

La historia de todo emprendedor está llena de decisiones críticas: Desde la elección de productos hasta mejorar las operaciones y estrategias de marketing. En esta situación, depender únicamente de la intuición puede ser equiparado a explorar un extenso océano sin tener un mapa ni una brújula; aunque sea emocionante, es extremadamente arriesgado y puede conducir a gastar dinero y recursos de manera innecesaria. Si los emprendedores no tienen una comprensión clara y objetiva de los mercados, los clientes y las capacidades de su negocio, podrían terminar invirtiendo en productos que no se venden, campañas de marketing sin impacto y tecnologías que no generan el retorno esperado.

Por el contrario, las herramientas actuales de gestión empresarial brindan un enfoque más organizado y basado en la ciencia. Herramientas como Tableau o Microsoft Power BI brindan a los emprendedores la capacidad de convertir grandes cantidades de datos en análisis comprensibles y prácticos. Además de simplificar la visualización de información relevante, estas herramientas también permiten anticipar tendencias y patrones, reduciendo así la incertidumbre y posibilitando decisiones más eficaces e informadas.

La adopción de estas herramientas genera una cultura de eficiencia que impregna toda la organización. Los emprendedores pueden adaptar rápidamente sus estrategias, optimizar recursos y responder de manera proactiva a los desafíos del mercado gracias al seguimiento en tiempo real de sistemas que evalúan el rendimiento. Este enfoque basado en datos y sistemático no solo evita gastos innecesarios, sino que también maximiza la productividad al convertir cada inversión en un retorno medible potencialmente.

El enfoque del emprendedor moderno ya no se limita solo a la pasión y la intuición, sino que ahora abarca también la precisión, previsibilidad y eficacia. No solo son accesorios, las herramientas que convierten datos en decisiones son fundamentales para impulsar negocios hacia una gestión más efectiva y un futuro seguro y rentable. En esta era donde los datos son fundamentales, es necesario respaldar y informar nuestras decisiones intuitivas mediante análisis claros y comprensivos. De esta manera, nos aseguramos de que cada avance sea calculado pero a la vez valiente.

En el entorno de negocios actual, la intuición continúa siendo valiosa; sin embargo, al emplear herramientas analíticas sólidas junto a ella, se convierte en una intuición fundamentada. Esto implica que los empresarios no solo se basan en su intuición, sino que la complementan con conocimientos obtenidos a partir de datos precisos y análisis exhaustivos.



CONTENIDOS

ESTRATEGIA VS CONTENIDO	06
En el mundo complejo del marketing actual, es fundamental planificar cuidadosamente cada acción y ejecutarla de manera impecable.	
INTELIGENCIA EMOCIONAL	10
¿Eres emprendedor? ¿Vas a emprender próximamente? Si quieres que tu emprendimiento tenga éxito, desarrolla tu inteligencia emocional.	
LA ECONOMÍA CIRCULAR	12
La economía circular se basa en el enfoque de las 3R: reducir, reciclar y reutilizar. El objetivo es pasar de un modelo lineal de producción económica	
CAPACITACIONES EN SST	14
La Seguridad y Salud en el Trabajo es un pilar fundamental en cualquier entorno de trabajos.	
BLINK	16
Bienvenido a este artículo sobre cómo aplicar las lecciones clave del libro “Blink” de Malcolm Gladwell a tu negocio y vida personal.	
LIDER NIVEL 5	20
Una recopilación de tres artículos basados en el libro “Good to Great: Why Some Companies Make the Leap and Others Don’t.”	
MI FIRMA	22
En este artículo contamos la experiencia de una emprendedora quien vio una oportunidad en la venta de piscos y vinos corporativos.	
PRIMERLUGAREADA	24
Tener una página web no es suficiente; necesitas una que destaque y capte la atención de tu audiencia desde el primer momento.	
ALFAJORES ARGENTINOS	28
En el mundo cultural de Argentina, donde la pasión por el fútbol y el tango definen la identidad nacional, hay un ícono menos conocido.	

Ediciones anteriores



ESTRATEGIA VS CONTENIDOS

TEJIENDO EL ÉXITO DEL EMPRENDEDOR

Raúl Salgado

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



En el mundo complejo del marketing actual, es fundamental planificar cuidadosamente cada acción y ejecutarla de manera impecable. La fortaleza de una marca se construye sobre los pilares de la estrategia y el posicionamiento. Sin embargo, ¿cuál es la relación y diferencia entre estos conceptos? ¿Cuál es la forma correcta de aplicarlos para alcanzar el éxito?

La Estrategia: La Ruta para encontrar el Tesoro

El mapa de la estrategia de marketing dirige a las empresas en el competitivo terreno del mercado. Se trata de un completo plan que determina la forma en que una empresa logrará sus metas tanto de marketing como empresariales. Dentro de esta estrategia se considera la importancia de identificar al público objetivo, así como definir mensajes clave y seleccionar los canales más apropiados para distribuir dichos mensajes. El marco determina la dirección de todas las actividades de marketing, garantizando que cada campaña y mensaje estén en consonancia con los objetivos generales de la empresa.

El Posicionamiento: La Marca Identifica en el Mercado

Aunque la estrategia da la dirección, es el posicionamiento que define la identidad de la marca en el mercado. Se trata de la imagen que una empresa busca proyectar hacia sus clientes y que la distingue del resto de sus competidores. El enfoque del posicionamiento exitoso radica en transmitir las ventajas únicas de los productos o servicios ofrecidos por la empresa, con el objetivo de establecer una ventaja competitiva que sea tanto singular como atractiva. No se trata solamente de un ejercicio de branding, sino que es una declaración de intenciones que orienta todas las interacciones con el cliente.

La relación entre la estrategia y el posicionamiento es mutuamente beneficiosa. A medida que la estrategia traza el rumbo, el posicionamiento revela la esencia de marca que se manifestará a lo largo de ese recorrido. Un ejemplo sería si una empresa tecnológica opta por implementar una estrategia de penetración en el mercado, su foco podría estar en destacarse como el principal pionero en ofrecer tecnología accesible. Este enfoque cohesivo se asegura de que todas las actividades de marketing no solo trabajen en conjunto

sino también fortalezcan la imagen deseada de la marca.

En la actualidad digital, las empresas pueden aprovechar al máximo los datos reales y análisis profundos para sincronizar estrategias y posicionamiento. Mediante el uso de herramientas de análisis de mercado, las marcas pueden mejorar su comprensión sobre los clientes y adaptar estrategias y posicionamiento en función de estas percepciones. La información recopilada puede brindar insights sobre qué mensajes tienen más impacto en el público objetivo, cuáles son los canales que generan mejores resultados al difundir estos mensajes y cómo los clientes perciben la marca en comparación con sus competidores.

Para lograr una campaña de marketing exitosa, es esencial combinar estrategias y posicionamiento. Juntas, crean la base de cómo una marca se muestra y funciona en el mercado.

Una vez que hayamos comprendido la conexión inicial entre una estrategia clara y un posicionamiento definido, estaremos listos para adentrarnos en el fascinante universo de la generación de contenidos. En este lugar es donde las marcas adquieren vida, donde se moldean las percepciones y se establecen relaciones. En este lugar, la teoría se convierte en acción y la estrategia se une con la implementación.

Creación de Contenidos: Mucho más que simples palabras y imágenes.

La creación de contenidos no se limita únicamente a la producción de textos, imágenes o videos; sino que representa una ejecución estratégica y táctica del posicionamiento y la marca. Cada pieza de contenido deberá ser una ampliación de la identidad de marca, con el objetivo de transmitir claramente su propuesta única de valor. Esto implica que los contenidos deben ser atractivos y de alta calidad, además de estar en sintonía con la voz y personalidad de la marca. También es importante que resuelvan problemas o satisfagan necesidades específicas del público objetivo. Permítanme contarles la historia de “Sabores Locales”, un pequeño proyecto de salsas artesanales fundado por Julia, una chef apasionada por los sabores explosivos. Desde el principio, Julia comprendió la importancia de resaltar la autenticidad y calidad local

de sus productos como parte central de su estrategia. Además de resaltar la procedencia local de los ingredientes, su enfoque también se centró en revivir y modernizar recetas tradicionales como muestra de su gran pasión.

Con el fin de transmitir este posicionamiento de manera efectiva, Julia ideó una serie de materiales que relataban la historia detrás de cada salsa. Estos contenidos incluían testimonios de productores locales y demostraciones culinarias que mostraban a los consumidores cómo aprovechar las salsas para recrear sabores tradicionales en su hogar. Cada etiqueta de sus productos venía con un código QR que llevaba a los consumidores a un video en su página web donde Julia contaba anécdotas sobre la salsa y brindaba recomendaciones de recetas. Cada contenido estaba imbuido con el posicionamiento de su marca: Genuinidad y vínculo con la comunidad. Un ejemplo sería que, a través de los videos de recetas, no solo se mostraba cómo utilizar las salsas, sino también se transmitía el beneficio positivo de apoyar a los comercios locales.

Además de atraer a un público que apreciaba la calidad y la autenticidad, este enfoque de contenido permitió a “Sabores Locales” establecerse rápidamente en un mercado saturado. Según una encuesta local, Julia registró un incremento del 40% en las ventas y obtuvo notables avances en la consolidación de su marca durante su primer año.

A fin de maximizar el impacto, resulta fundamental distribuir los contenidos por medio de los canales más apropiados. Julia descubrió que sus clientes activos en redes sociales respondían favorablemente a los videos cortos en Instagram y Facebook, mientras que el público más maduro interesado en las historias detrás de cada producto prefería recibir información detallada a través de boletines informativos. El proceso de elección de canales fue determinado por su estrategia de marketing, lo cual permitió a Julia formar una comunidad fiel en torno a su marca.

Medición y Ajuste: La Mejora Continua

La medición y el ajuste son aspectos cruciales finales en la creación de contenidos. No se trata solo de compartir contenidos con el mundo, sino que es crucial evaluar su eficacia y ver cómo conectan con la audiencia. Las herramientas analíticas pueden revelar cuáles son los tipos de contenido que generan mayor interacción o impulsan a las conversiones. Julia y otros emprendedores pueden utilizar estos datos para mejorar su estrategia de contenidos al ajustar los mensajes y canales, lo cual les permitirá obtener

resultados más efectivos. El contenido no solo es importante, sino que también actúa como el portador de la identidad de la marca hacia el mundo.

Después de que una marca ha definido su estrategia y producido contenido acorde a su posicionamiento, el siguiente paso clave implica administrar y mejorar las campañas comunicativas. En esta fase es cuando las marcas empiezan a evaluar realmente la efectividad de su enfoque y hacer ajustes para optimizar el retorno de inversión.

Para llevar a cabo campañas de manera eficiente, es necesario coordinar meticulosamente diferentes vías de comunicación. En el caso de marcas como “Sabores Locales” de Julia, esto implica garantizar la sincronización entre cada canal con el fin de fortalecer el mensaje que transmite la marca. Si, por ejemplo, Julia decide lanzar una nueva salsa, es importante que la promoción se mantenga coherente en todas las plataformas: redes sociales, sitio web y email marketing; incluso durante eventos presenciales. Esta uniformidad contribuye a fortalecer la posición y asegurar que todos los clientes reciban el mensaje sin importar cómo se relacionen con la marca.

La gestión y optimización de campañas se ven ampliamente beneficiadas por el uso de la tecnología. Julia, una emprendedora, puede aprovechar el uso de herramientas como HubSpot o Marketo para programar y publicar contenidos en el momento más adecuado. Además, estas herramientas le permiten realizar un seguimiento de la interacción del usuario con sus contenidos. Mediante la automatización, se garantiza que los mensajes relevantes no sean ignorados y se disminuye la cantidad de trabajo manual, lo cual permite que el emprendedor pueda enfocarse en tareas más estratégicas.

El proceso de optimización de campañas es constante, impulsado por el análisis y la información obtenida. Es importante para Julia evaluar de forma constante el desempeño de sus campañas, utilizando métricas como el tráfico en línea, la tasa de conversión y la interacción en las redes sociales. Herramientas analíticas avanzadas pueden dividir estos datos y dar información sobre lo que está funcionando y lo que no. Por ejemplo, si los videos de recetas generan mucha interacción pero pocos clics a la tienda online, quizás haya necesidad de modificar la llamada a acción o el contenido del video para aumentar las conversiones.

Para evaluar el verdadero impacto de una campaña de marketing, es necesario ir más allá de simples cifras de ventas o tráfico en línea. Se requiere tener un conocimiento profundo del retorno sobre la inversión (ROI) y cómo las acciones de marketing contribuyen



al logro general estratégico de la empresa. En el caso de marcas como “Sabores Locales” de Julia, es fundamental no solo analizar las ventas directas generadas por campañas específicas, sino también evaluar la fidelidad del cliente, cómo perciben la marca y cuál es el valor que tienen para nosotros a lo largo del tiempo (CLV).

Una vez que se ha implementado una estrategia exitosa y se han logrado los objetivos de una campaña, el siguiente reto consiste en preservar ese éxito a largo plazo. Para tener éxito en este entorno, es necesario innovar constantemente y estar dispuesto a adaptarse

a los cambios del mercado. Julia podría considerar explorar nuevas líneas de productos, ampliarse a mercados no explorados o incorporar nuevas tecnologías con el fin de mejorar la experiencia del cliente.

Este enfoque holístico no sólo garantiza el crecimiento y la relevancia a largo plazo, sino que también consolida la posición de una marca tanto en el corazón como en la mente de sus clientes. Así se asegura que siga siendo una fuerza dominante y respetada en el mercado durante los años por venir

INTELIGENCIA EMOCIONAL

LA IMPORTANCIA EN LOS EMPRENDEDORES

Carolina García

Gerente de Campus Zegel Lima Norte y SJL



¿Eres emprendedor? ¿Vas a emprender próximamente? Si quieres que tu emprendimiento tenga éxito, es fundamental que desarrolles tu inteligencia emocional. La inteligencia emocional es esencial en cada aspecto de nuestras vidas, es la capacidad de identificar, comprender y manejar nuestras emociones y las de los demás.

Daniel Goleman, psicólogo, escritor y periodista estadounidense, conocido principalmente por su trabajo en el campo de la inteligencia emocional sostiene que la IE es crucial para el éxito en la vida, incluso refiere que en muchos casos es más importante que el coeficiente intelectual. Cabe señalar, que la mente emocional reacciona más rápido que la mente racional.

Ahora bien ¿Qué papel desempeña la inteligencia emocional en un emprendimiento? Como todos sabemos, los emprendedores asumen riesgos, toman decisiones difíciles y enfrentan desafíos, la inteligencia emocional te ayudará a manejar las emociones, mejorar la comunicación y tomar decisiones acertadas.

Lograr que un emprendimiento sea competitivo y exitoso en el mercado no depende únicamente de una gran inversión y de contar con conocimientos profesionales, es imprescindible que los emprendedores conozcan como combinar las habilidades duras con las habilidades blandas.

En este artículo, comenzaremos contándote sobre las principales ventajas de usar inteligencia emocional en un emprendimiento.

Gestión del estrés y la presión.

¿Ser emprendedor no es fácil! Como emprendedor, es posible que te encuentres en situaciones de mucho estrés y presión, la inteligencia emocional te ayudará a calmarte y a manejar las emociones negativas que podrían convertirse en obstáculos. De igual forma, si tus colaboradores experimentan situaciones de estrés y ansiedad perderán la concentración durante el desarrollo de sus actividades y esto afectará su salud, rendimiento y productividad.

Relaciones interpersonales.

Los emprendedores con inteligencia emocional comprenden las necesidades y deseos de los demás, se comunican de manera efectiva y crean vínculos significativos con sus colaboradores, socios, clientes y

proveedores.

La escucha activa, la comunicación asertiva, el respeto y el compromiso son algunas de las habilidades blandas que no pueden faltar en un emprendedor “Una buena relación entre emprendedor y cliente se basa en entender y ser empático para comprender sus necesidades.”

Autocontrol

El miedo y la confusión son grandes obstáculos para los emprendedores. El emprendedor debe tener autocontrol, tanto de sí mismo como de su entorno para lograr afrontar momentos difíciles. Es fundamental tomar decisiones coherentes y evitar reacciones impulsivas que pueden afectar el negocio. Como podemos ver la Inteligencia emocional es el principal factor para que cualquier emprendedor sea exitoso empresarialmente.

Es posible que te estés preguntado, ¿Todos podemos desarrollar la inteligencia emocional? Si, al igual que cualquier otra habilidad, la inteligencia emocional se puede aprender y mejorar. Primero que nada, hay que tener en cuenta que no se consigue de un día para otro, requiere de mucha constancia.

¿A continuación, veremos algunos tips para que puedas lograr desarrollar tu inteligencia emocional!

1. Identifica tus emociones. Los emprendedores deben reconocer sus fortalezas para desarrollarlas, así como también, identificar sus debilidades para mejorarlas día a día. No olvides, regular tus emociones para controlar lo que sientes de forma saludable.

“Es importante entender que no hay emociones buenas o malas; cada emoción tiene su momento y su lugar”

2. Reflexiona. La reflexión te permite analizar tus emociones y acciones, ayudándote a mejorar si has cometido errores. Cuando sabemos dónde estamos y hacia dónde vamos es más sencillo elaborar estrategias que nos lleven al éxito de nuestras metas.

3. Sustituye las emociones malas por buenas. Guardar las emociones negativas y criticarse a uno mismo no sirve de nada, sin embargo, las emociones positivas lograrán que tomemos decisiones saludables y constructivas, impactando de manera positiva en el negocio.



4.Motivación. Una persona auto-motivada siempre busca superarse y se enorgullece de sus logros, Sin embargo, es importante reflexionar sobre las razones por las que queremos lograr algo y de esta forma lograremos motivarnos a seguir avanzando y a realizar el trabajo de la mejor forma posible a pesar de los obstáculos que se presenten en el camino.

“Hay tres grupos de personas: los que hacen que las cosas pasen, los que miran las cosas que pasan y los que se preguntan qué pasó.”

¡Espero que estas sugerencias te sean de ayuda!

LA ECONOMÍA CIRCULAR

MODELO DE PRÁCTICA SOSTENIBLE

Aldo Benavides

Especialista en Gestión Empresarial

La economía circular se basa en el enfoque de las 3R: reducir, reciclar y reutilizar. El objetivo es pasar de un modelo lineal de producción económica basado en la extracción, producción, consumo y eliminación de productos a uno que se centre en prevenir las emisiones de residuos sólidos y utilizar las materias primas del mundo de manera más eficiente.

La economía circular asegura la sostenibilidad del ecosistema del planeta reduciendo la deforestación y el agotamiento de los recursos naturales, y minimizando las emisiones de carbono. También permite un aumento del empleo a través de modelos de negocio circulares mediante la creación de industrias verdes. Estos modelos ya han creado hasta un millón de puestos de trabajo en Estados Unidos y Europa.

La economía circular toma como ejemplo el ciclo natural para proponer procesos productivos más eficientes y reutilizar componentes de los recursos usados para minimizar su impacto negativo en el medio ambiente. Este sistema sitúa los valores medioambientales, sociales y económicos al mismo nivel de importancia para que empresas y consumidores se beneficien.

Nuestro país aún tiene un largo camino por recorrer en materia de concientización y desarrollo de un modelo de economía circular en comparación con otros países latinoamericanos como Colombia y Chile. Algunas de las iniciativas que se están implementando son a través del Ministerio de la Producción, que ha impulsado la adopción de un modelo circular reduciendo las importaciones, o a través de los gobiernos municipales, que están promoviendo el reciclaje como parte de su trabajo.

Sin embargo, el camino es largo, por lo que es importante que logremos la unidad en el uso de materiales reciclados, como lo hacen los países del hemisferio norte. Recordemos que la capa de ozono en el sur del Perú está severamente dañada y que el cambio climático ha afectado a nuestra región mucho más que a otras regiones del mundo. Uno de los principales obstáculos para implementar una economía circular en el Perú es la distribución de los recursos públicos entre ministerios y municipios.

Para solucionar este problema existen diversas

alternativas como el uso de la minería de canon para crear nuevos empleos utilizando este modelo en el sector público y privado. Los subsidios a los agentes económicos privados podrían provenir de una fuente canónica, y así asegurar el uso eficiente de esta fuente de ingresos, que ha sido altamente politizada.

Aunque la economía circular tiene beneficios evidentes, su implementación enfrenta varios desafíos importantes. Es esencial cambiar la mentalidad tanto de consumidores como de productores, siendo esto uno de los aspectos más críticos. A lo largo de la historia, el modelo económico lineal ha fomentado la cultura del “usar y desechar” que se encuentra fuertemente arraigada en las prácticas de consumo de hoy en día. Cambiar esta conducta demanda no solo educar y concienciar, sino también otorgar incentivos que impulsen la adopción de prácticas sustentables. Asimismo, numerosas compañías se ven confrontadas con dificultades logísticas y económicas para reformular sus operaciones y sistemas de abastecimiento de forma que fomenten la reutilización y el reciclaje de productos cuando estos alcanzan su vida útil.

Sin embargo, los desafíos ofrecen amplias posibilidades para la innovación. Además de promover el desarrollo de nuevas tecnologías y procesos, la economía circular también fomenta la colaboración entre diferentes sectores. Un caso concreto es cuando se diseña un producto teniendo en cuenta cómo será desmontado y reciclado, lo cual puede implicar la colaboración de fabricantes de distintas industrias para establecer estándares comunes tanto en componentes como materiales. Además de facilitar el reciclaje, esto también crea nuevas oportunidades para la innovación en diseño de productos. Además, al crear mercados para materiales reciclados se puede impulsar el desarrollo económico y generar empleos nuevos, logrando así la transformación de sectores completos hacia prácticas más sostenibles.

Para lograr el avance hacia la economía circular en Perú y otros países de América Latina, es fundamental contar con estrategias específicas que fomenten la adopción de prácticas circulares tanto a nivel gubernamental como en el sector privado.



CAPACITACIONES EN SST

LA IMPORTANCIA DE LA PREVENCIÓN EN EL TRABAJO

Gino Condori.

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



La Seguridad y Salud en el Trabajo es un pilar fundamental en cualquier entorno de trabajo. El empleador garantiza, en el centro de trabajo, el establecimiento de los medios y condiciones que protejan la vida, la salud y el bienestar de los trabajadores (Principio I de la Ley N° 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo). Asimismo, las organizaciones sindicales y los trabajadores reciben del empleador una oportuna y adecuada información y capacitación preventiva en la tarea a desarrollar, con énfasis en lo potencialmente riesgoso para la vida y salud de los trabajadores y su familia (Principio IV de la Ley N° 29783, Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo). Con la intención de lograr este propósito, se torna esencial la implementación de un programa de capacitaciones en seguridad y salud en el trabajo que resulte eficaz y eficiente. Esta formación resulta obligatoria para el empleador en realizar no menos de cuatro capacitaciones al año en materia de seguridad y salud en el trabajo, para asegurar que los trabajadores estén debidamente capacitados para identificar y prevenir riesgos en su entorno laboral.

La formación en Seguridad y Salud en el Trabajo

La formación en seguridad y salud laboral es muy diversa en muchos aspectos, que incluyen la identificación de peligros, la evaluación de riesgos y controles (IPERC), la prevención y notificación de accidentes e incidentes laborales que podrían producir lesiones, el uso adecuado y obligatorio de equipos de protección personal (EPP) así como del uso y prevención de equipos y herramientas de trabajo, la ergonomía, el reconocimiento y prevención en trabajos de alto riesgo, el uso de materiales peligrosos y la promoción de condiciones higiénicas en el ámbito laboral, entre otros. Los trabajadores que reciben una formación integral en estos ámbitos están en mejores condiciones para identificar y gestionar los peligros con sus riesgos inherentes al lugar donde desempeñan sus labores.

La formación en seguridad y salud laboral no solamente es beneficioso a los trabajadores, sino que también puede resultar ventajosa para la empresa, quien, al destinar recursos a programas de capacitación, pueden reducir notablemente sus índices de accidentes laborales y las enfermedades relacionadas al trabajo, lo cual a su vez puede llevar a una

disminución en los costos por accidentes y enfermedades ocupacionales así como en los costos indirectos asociados, como la disminución en la productividad y los gastos legales. Asimismo, la formación en seguridad y salud en el trabajo puede contribuir a elevar el estado de ánimo y motivación de los trabajadores. Cuando los trabajadores se sienten protegidos y en buena salud con su trabajo, es más probable que encuentren motivación y compromiso en sus labores. También pueden percibir que la empresa se preocupa por su bienestar, lo que potencia la lealtad y retención.

No cumplir con las obligaciones en materia de formación e información suficiente y adecuada a los trabajadores y las trabajadoras acerca de los riesgos del puesto de trabajo y sobre las medidas preventivas aplicables constituye una infracción grave de seguridad y salud en el trabajo (D.S. N° 019-2006-TR Reglamento de la Ley General de Inspección del Trabajo) y dependerá del tipo de empresa establecida.

5 consejos para que la formación en Seguridad y Salud en el Trabajo sea efectiva

Algunos consejos para instaurar con éxito un programa de formación en seguridad y salud laboral son:

1. Detectar las necesidades formativas. Resulta necesario que las empresas sepan identificar los peligros propios de las actividades en el puesto de trabajo del colaborador. Además, deberá conocer el uso de equipos y máquinas por parte de los trabajadores para realizar su trabajo, así como el uso de insumos químicos y las condiciones de trabajo que podrían conllevar a la ocurrencia de un accidente o enfermedad ocupacional. El conocimiento de todos estos factores, así como de otros, le permitirá al empleador poder desarrollar temas relacionados a prevenir la ocurrencia de accidentes o enfermedades ocupacionales en el puesto de trabajo de sus trabajadores.

2. Elaborar un plan de capacitación. Una vez establecidas las necesidades formativas, se debe elaborar un Plan Anual de Capacitaciones que atienda a dichas necesidades. Dicho plan ha de adecuarse al nivel de experiencia y aptitudes de los empleados y deberá ser aprobado por el Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo de la empresa. Este plan deberá contener los temas a impartir, las fechas en que se darán, a quiénes va dirigido, quién o qué área lo dará.



3. Ejecutar el programa de capacitación. La ejecución del programa formativo debe llevarse a cabo de manera efectiva. Esto incluye asignar los recursos pertinentes, designar formadores calificados y programar las sesiones de aprendizaje de manera conveniente para los trabajadores. El empleador deberá correr con todos los gastos incurridos en una capacitación y deberá establecer capacitaciones y entrenamientos como parte de la jornada laboral, para que se logren y mantengan las competencias establecidas.

4. Evaluar la efectividad del programa formativo. Tras ejecutar el programa de formación, resulta crucial valorar su eficacia. Deberá realizarse encuestas o evaluaciones entre los trabajadores para determinar si sus conocimientos y habilidades en seguridad y salud laboral han mejorado gracias al programa. Estas evaluaciones también van dirigidas al formador para conocer sus aptitudes en sus enseñanzas.

5. Conocer al público participante. Significa que lo que se imparta en las capacitaciones, será de acuerdo a las

características o conocimientos del público participante. Incluye también estar preparado en el idioma del participante, en nuestro caso, el capacitador deberá saber idiomas autóctonos de nuestro país. Incluso, saber si existe algún discapacitado entre los palpitanes que no le permitan aprender correctamente lo que se imparta.

En resumen, la formación en seguridad y salud en el trabajo se constituye como un componente crítico en cualquier entorno de trabajo. Brindar a los trabajadores una formación correcta en este ámbito no sólo contribuye a reducir los riesgos de accidentes y lesiones, sino que también puede potenciar la moral y motivación de los mismos y disminuir los costos relacionados con los accidentes y enfermedades laborales y la reducción de productividad. Al implementar un programa eficaz de formación en seguridad y salud en el trabajo, las empresas pueden garantizar un espacio laboral seguro y saludable para su personal, con la consiguiente mejora en la eficiencia y rentabilidad a largo plazo.

BLINK

COMO APLICAR SUS LECCIONES A TU NEGOCIO

Alejandro Castro Mendivil

Educador y coach ejecutivo



¡Bienvenido a este artículo sobre cómo aplicar las lecciones clave del libro “Blink” de Malcolm Gladwell a tu negocio y vida personal! Como coach ejecutivo, he utilizado los principios de este libro en mi vida personal y profesional. Estoy emocionado de compartir las ideas más poderosas contigo a fin de que puedan ayudarte a tomar mejores decisiones y alcanzar el éxito.

“Blink” es un fascinante libro que explora el poder de nuestros juicios y decisiones instantáneas. A través de diversos ejemplos, Gladwell nos muestra cómo nuestro cerebro es capaz de tomar decisiones complejas en cuestión de segundos, basándose en un mínimo de información. Estas lecciones son sumamente relevantes para emprendedores y líderes empresariales que deben tomar decisiones críticas en entornos cambiantes y con información limitada.

1. Confía en tu intuición

Una de las ideas clave del libro es la importancia de confiar en nuestros juicios instantáneos, también conocidos como “pensamientos delgados”. Gladwell argumenta que, a menudo, nuestro cerebro es capaz de procesar información de manera subconsciente y llegar a conclusiones acertadas, incluso cuando no tenemos toda la información disponible.

Como emprendedor, debes aprender a confiar en tu intuición, especialmente cuando te enfrentes a decisiones rápidas. No dudes en escuchar a tu “voz interior” y tomar acción basándote en tus primeras impresiones. Por supuesto, esto no significa ignorar la información y el análisis, pero sí implica equilibrar tu proceso de toma de decisiones con tu intuición.

2. Cultiva tu “Thin-Slicing”

Otro concepto clave del libro es el “Thin-Slicing”, que se refiere a la capacidad de nuestro cerebro para enfocarse en los detalles más relevantes de una situación y extraer conclusiones significativas. Gladwell explica que, a menudo, los expertos en un campo son capaces de tomar decisiones acertadas basándose en pequeñas porciones de información.

Aplica este principio a tu negocio. Asegúrate de que tú y tu equipo desarrollen la habilidad de “Thin-Slicing”, es decir, de enfocarse en los aspectos más importantes de una situación y tomar decisiones rápidas y efectivas.

Esto implica cultivar tu conocimiento y experiencia en tu industria, estar atento a las señales del mercado y desarrollar un “sexto sentido” para identificar oportunidades y riesgos. Cuanto más practiques el “Thin-Slicing”, más confiado y efectivo serás en tu toma de decisiones.

3. Sé consciente de tus sesgos

Una de las lecciones más importantes de “Blink” es la necesidad de ser conscientes de nuestros sesgos inconscientes y cómo pueden afectar nuestras decisiones. Gladwell explica cómo, a menudo, nuestros juicios están influenciados por estereotipos, prejuicios y experiencias pasadas, lo que puede llevarnos a tomar decisiones erróneas.

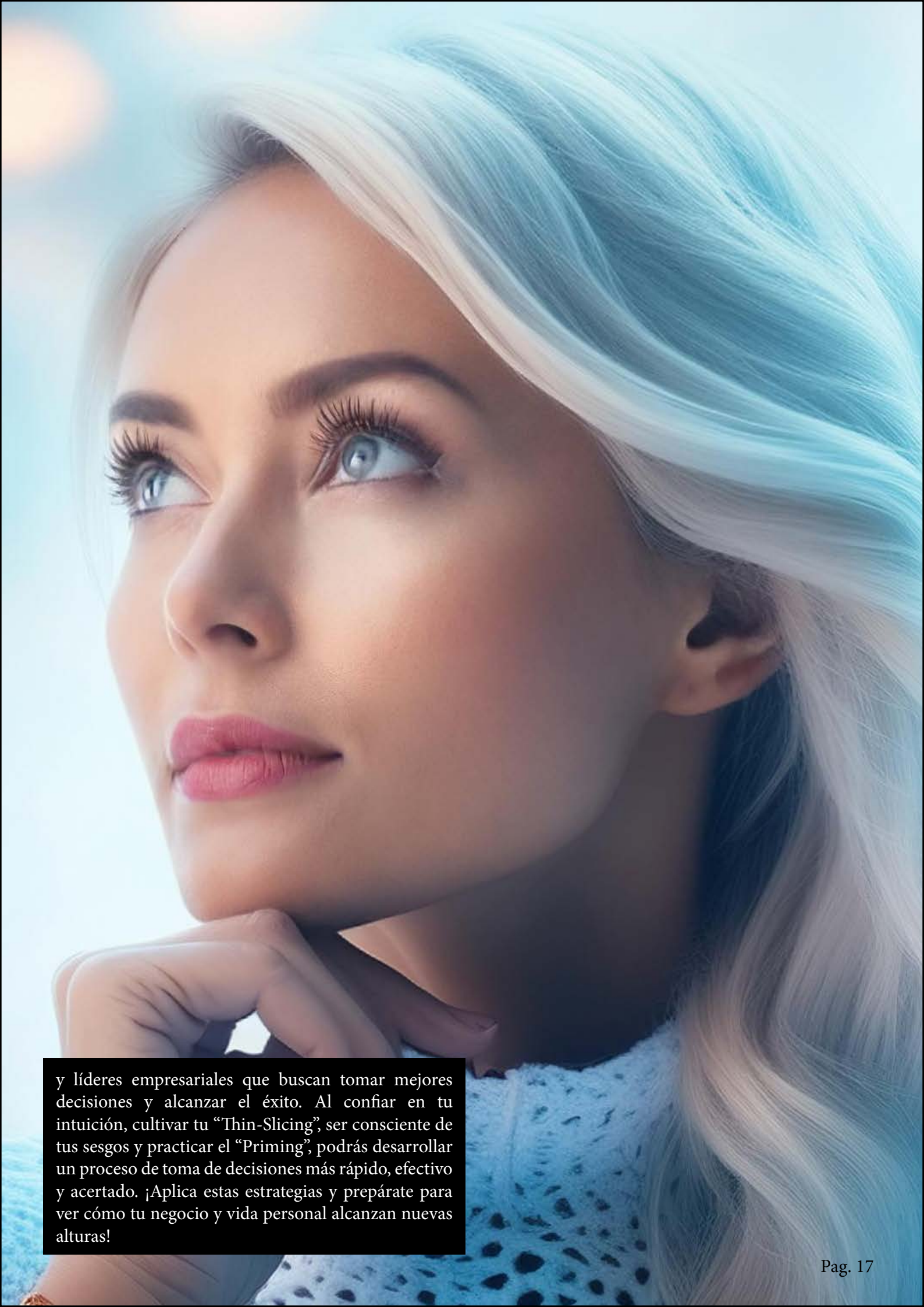
Como emprendedor, debes estar atento a tus propios sesgos y los de tu equipo. Analiza cuidadosamente tus procesos de toma de decisiones y busca formas de minimizar la influencia de sesgos como el “sesgo de confirmación” o el “efecto halo”. Fomenta una cultura de diversidad e inclusión en tu empresa, ya que esto puede ayudarte a identificar y superar sesgos ocultos. Recuerda que ser consciente de tus sesgos es el primer paso para tomar decisiones más objetivas y efectivas.

4. Practica el “Priming”

Otro concepto fascinante que Gladwell explora en “Blink” es el “Priming”, que se refiere a cómo nuestras decisiones pueden ser influenciadas por estímulos subconscientes. El autor muestra cómo pequeños detalles en nuestro entorno pueden afectar nuestros juicios y comportamientos de manera sutil pero significativa.

Aplica este principio a tu negocio. Asegúrate de que tu entorno de trabajo y tus interacciones con clientes y proveedores estén diseñados para fomentar decisiones positivas y productivas. Utiliza el “Priming” de manera consciente, por ejemplo, exponiendo a tu equipo a imágenes y mensajes inspiradores antes de una reunión importante. O crea un ambiente acogedor y profesional en tu oficina para influir en la percepción de tus clientes. Cuanto más entiendas el poder del “Priming”, más podrás utilizarlo para moldear el comportamiento de las personas a tu alrededor.

En resumen, las lecciones de “Blink” de Malcolm Gladwell ofrecen una valiosa guía para emprendedores



y líderes empresariales que buscan tomar mejores decisiones y alcanzar el éxito. Al confiar en tu intuición, cultivar tu “Thin-Slicing”, ser consciente de tus sesgos y practicar el “Priming”, podrás desarrollar un proceso de toma de decisiones más rápido, efectivo y acertado. ¡Aplica estas estrategias y prepárate para ver cómo tu negocio y vida personal alcanzan nuevas alturas!

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

Ford



FORD ALL NEW RANGER 2024

CONTÁCTANOS



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

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

   **alquimiaconsultores**

LIDER NIVEL 5

REVISANDO TRES ARTICULOS PODEROSOS

Luis Puppi Ugaz

Consultor Empresarial



Una recopilación de tres artículos basados en el libro “Good to Great: Why Some Companies Make the Leap and Others Don’t”, de Jim Collins “Empresas que sobresalen. Por qué unas si pueden mejorar la rentabilidad y otras no”) que definen las características de los líderes Nivel 5 y la importancia de sus aportes al éxito de las empresas que dirigen.

1. PALABRAS DE LÍDER

En su libro “Good to Great”, Jim Collins declara que sólo 11 empresas en la historia han podido pasar de ser buenas a ser grandes. ¿Qué tuvieron en común? Según Jim Collins, todas tienen liderazgo de nivel 5.

Nivel uno: Un individual capaz que contribuye con su talento, conocimiento, y buenos hábitos de trabajo.

Nivel dos: Es, además, un trabajador en equipo, contribuye sus capacidades individuales al cumplimiento de los objetivos grupales y trabaja efectivamente con otros en un ámbito grupal.

Nivel tres: Un administrador competente. Sabe organizar personas y recursos para alcanzar eficientemente objetivos preestablecidos.

Nivel 4: Va un paso más allá y se convierte en un líder eficaz, que cataliza compromiso y una vigorosa búsqueda hacia una visión clara y convincente, logrando estándares de rendimiento mucho más altos. Entonces, ¿cuáles son las características de un líder de nivel 5?

1) Una búsqueda de resultados sostenibles: la diferencia entre un líder de Nivel 5 y otros líderes es que son motivados a producir resultados sustentables para su organización. La idea es que los líderes de nivel 5 pueden generar un cambio sostenible.

2) Una elección de sucesores: A los líderes de nivel 5 les interesa más el éxito de la organización que sus logros personales. Quieren dejar su legado en una organización que continúa creciendo. Tienen suficiente confianza en si mismos para contratar gente competente (subir la gente adecuada al colectivo).

3) Modestia: Deben mostrar sincera humildad. Actúan con determinación y se apoyan en estándares inspirativos, no en un carisma inspirador para motivar.

4) Asumen responsabilidad: Toman responsabilidad cuando las cosas salen mal. No echan culpas cuando las cosas no funcionan como se esperaba. Además, raramente buscan reconocimiento para las cosas que

salen bien, prefieren atribuir el éxito a otros factores.
5) Tienen un foco organizacional: La máxima ambición del líder de Nivel 5 es, primero y principal, hacia la organización. Su anhelo de una organización exitosa pesa más que su búsqueda de recompensas.

2. EL LÍDER NIVEL 5

Por Jim Collins, Good to Great.

¿Qué tipo de líder lleva a una empresa al éxito sostenido?, éste nos dice cómo debe ser el líder.

Líder nivel 5. Construye la grandeza permanente a través de una mezcla paradójica de humildad personal y voluntad profesional.

A diferencia con los estilos de líderes más conocidos, o visibles, esta es una persona mas bien callada y hasta humilde en su comportamiento. No busca la visibilidad pero se siente por su presencia. Es un individuo estoico pero con una firmeza, perseverancia, coraje y persistencia envidiables. Es como la luz para los insectos, atrae sin hacer alardes de su luminosidad, pero todos saben que está allí, dando luz.

Quizás el Líder 5 más conocido fue Abraham Lincoln. Recordemos algo de su historia:

A los 22 años fracasó en los negocios, a los 23 fue vencido compitiendo por la legislatura, a los 24 volvió a fracasar en los negocios, a los 25 fue elegido a la Legislatura, a los 26 murió su novia y a los 27 sufrió un colapso nervioso. Cuando tenía 29 años fue vencido en su intento de entrar en la Cámara de Diputados. A los 31 fracasó como elector, a los 34 perdió las elecciones para entrar al Congreso logrando ser elegido a los 37. No pudo entrar al Senado cuando tenía 46 años. A los 47 fue vencido como vicepresidente, y a los 49 fue nuevamente vencido como aspirante al Senado. A los 51 años fue elegido Presidente de los Estados Unidos. De las 11 compañías norteamericanas que se han destacado por ofrecer a sus accionistas retornos impresionantes e incremento de su valor en el mercado, todas tuvieron Líderes de Nivel 5 que crearon ese futuro.

Líder nivel 4. Cataliza el compromiso y persigue vigorosamente una Visión, estimulando altos estándares de desempeño.

También es visionario, pero es más visible que el Líder 5; es una persona que “arrastra” a los demás. Crea un fuerte sentido de compromiso mientras construye

un enfoque hacia la excelencia con su ejemplo, sin componendas ni medias tintas. No se anda por las ramas, pero sabe que no todo el mundo nace aprendido y es el vivo ejemplo del “Líder como Servidor” que crea las condiciones para ir más allá. Tiene un claro sentido de dirección y es buen comunicador.

Líder nivel 3. Organiza efectivamente a la gente y los recursos al logro de objetivos predeterminados.

Es el tipo de líder que organiza el trabajo, brinda apoyo, detecta debilidades y trabaja con su gente para derribar barreras. Se enfoca en los objetivos con una comprensión de la forma en que los objetivos deben ser alcanzados, considerando tanto los aspectos cualitativos como los cuantitativos.

Líder nivel 2. Contribuye con su capacidad personal al logro colectivo para lograr objetivos.

Sabe distribuir las actividades y balancear las cargas del trabajo de forma que los resultados sean consistentes y generen un espíritu positivo de cooperación. Cuida de los aspectos de calidad y de filosofía gerencial para optimizar las interacciones y las personas, de forma que todos los vectores se alineen para crear un resultado positivo, no suma cero.

Líder nivel 1. Realiza un aporte muy valioso con su talento, conocimiento, habilidades y buenos hábitos de trabajo.

Lo que tenemos aquí es el tipo de persona normal y corriente que debemos ayudar a formar como base de sustentación de nuestra empresa. En este estrato reside el tipo de liderazgo alternativo proclamado por Ed Oakley (Liderazgo Claro), personas que asumen su rol de líderes cuando la emergencia lo pide, o cuando las circunstancias lo exigen; y que después ceden su protagonismo a otros, líderes también, pero mejor preparados, o adecuados para ejercer dicho rol bajo en las condiciones cambiantes y dinámicas de la gestión empresarial.

Todos tenemos un rol que desempeñar, un vacío que llenar, o una Visión que hacer realidad.

3. EMPRESAS QUE SOBRESALEN.

El autor, Jim Collins hizo un estudio para entender cuáles eran los factores que convierten una buena empresa en una empresa extraordinaria. Las empresas eran todas públicas. Jim Collins cita 6 motivos para hacer la transición de bueno a extraordinario:

1. Liderato de “nivel 5”. Los líderes (CEO) de estas empresas eran humildes pero ambiciosos (ambiciosos para la empresa, no para sí mismo) y disciplinados. No eran ‘estrellas’ ni muy carismáticos y normalmente subieron a esa posición desde dentro de la empresa. Nunca toman el crédito para el éxito de la empresa y siempre toman la responsabilidad cuando las cosas no marchan bien.

2. Primero quién y después el qué. En vez de primero buscar una dirección para la empresa, lo primero que se hizo fue buscar las personas correctas para trabajar en la empresa. Lo más importante era quitar la gente inadecuada y reemplazarla para gente adecuada. La cuestión de quien siempre venía antes de formar la visión y antes de decidir en una estrategia. Encontrar las personas correctas tiene más que ver con su carácter que sus conocimientos y habilidades. En las empresas extraordinarias no había necesidad de motivar (con pagos extras por ejemplo) a la gente porque ya eran motivados por si solos.

3. Enfrentarse con los hechos. Estas empresas no vieron lo que quisieron ver. Vieron la realidad y actuaron acorde. Tomaron decisiones basados en los hechos, aunque a veces significaba cambiar todo para responder a la evolución del mercado. Crearon una cultura interna de diálogo y debate, en vez de coacción, siempre empezando con preguntas y no respuestas. Enfrentaron la dura realidad pero a la vez mantuvieron una fe en su éxito trabajando con hechos.

4. The Hedghog Concept (El Concepto Zoológico de Erizo). Para ir de bueno a extraordinario requiere un profundo entendimiento de los 3 círculos y donde se cruzan. Los 3 círculos son:

- ¿Qué es lo que profundamente te apasiona?
- ¿En qué puedes ser el mejor del mundo (no es necesariamente lo que está haciendo la empresa hoy)?
- ¿“Qué pone el aceite” a su motor económico?. De dónde viene la mayoría del dinero.

Las empresas que van de buenos a extraordinarios llegan a un profundo entendimiento sobre qué es lo que pueden hacer mejor que nadie más. No es una estrategia si no un entendimiento. Encuentran el factor que más impacta la economía de la empresa, por ejemplo, beneficios por X (empleado, producto, número de tiendas, etc.). Su estrategia se basa en el entendimiento de los factores.

5. Una cultura de disciplina. Son disciplinados a la hora de seguir su enfoque establecido (Hedghog Concept) y no se despistan con oportunidades fuera de su enfoque. Los empleados son disciplinados en pensamiento y acción, no necesitan ser forzados ni recordados. Estas empresas crecen entre su enfoque, no crecen con adquisiciones de diferentes tipos de negocios.

6. Aceleradores de tecnología. Estas empresas no intentan usar tecnología para lanzarse. Tampoco se preocupan por quedarse atrás con las novedades tecnológicas. Aprovechan la tecnología para hacer mejor su enfoque establecido y si no es útil o necesario lo ignoran por completo. Tecnología en si no tiene nada que ver con el avance de una empresa.

MI FIRMA

UNA INICIATIVA DE PISCOS Y VINOS PERSONALIZADOS

Cinthia Saavedra

Emprendedora

Hace un poco más de 8 años atrás, conocía el mundo de la producción de piscos y vinos artesanales, trabajando en una bodega que iniciaba sus operaciones, en el distrito iqueño, reconocido como la “CUNA DEL PISCO Y VINO”, Los Aquijes – ICA.

Y aquí comienza la historia de MI FIRMA:

Mientras conocía y aprendía sobre las variedades de uvas, producción, embotellado y el producto final, un exquisito Pisco ó Vino. Iba detectando cómo algunos visitantes y clientes preguntaban si podía realizarse para una boda u otro evento, hecho que, en aquellas fechas, no era muy atendido por los productores y dueños de bodega. Recuerdo haber visitado algunas bodegas y preguntar como cualquier cliente, si realizaban piscos personalizados, algunos simplemente decían que no hacían y otros lo elaboraban con unas etiquetas muy simples y poco detallado.

En aquel entonces , casi nadie le daba importancia, lo consideraban poco interesante o como llegaba escuchar, mucho detalle o trabajo.

Y así, decidí arriesgarme a ingresar a este proyecto retador, sin tener modelos de negocio referenciales en relación al rubro en el que me embarcaba, pero con el sueño de convertir a MI FIRMA, en la primera marca y empresa especializada de PISCOS Y VINOS PERSONALIZADOS en el PERÚ.

Creo una página de Facebook y a través de este medio empiezo a dar a conocer mi propuesta.

Tiempo después, por circunstancias de la vida, llego a Chincha y con la razón más fuerte en mi vida: Alondra, mi hija, con tan sólo 2 meses y medio, retomo el proyecto MI FIRMA - PISCOS Y VINOS PERSONALIZADOS.

Así, un 28 de enero del 2018, se apertura una tienda, con botellas de muestra, una impresora de etiquetas y algunos vinos y piscos empiezo la aventura retante

MI FIRMA, de forma ininterrumpida hasta la fecha.

Ha pasado 6 años, desde aquel entonces, iniciando con cero capital, pero una inmensa creatividad. Al inicio sólo realizaba los diseños en Chincha y todo se derivaba a Lima, para la elaboración de botellas personalizadas. Sin embargo , siempre escuchaba a los clientes, y ellos deseaban por unidad y ante esa necesidad en el mercado, tenía las ganas inmensas de realizar por unidad. Sin embargo, resultaba muy costoso para el cliente final y muchas veces no llegaba tal cual se solicitaba, y sin duda los proveedores de Lima, no les atraía realizarme pocas cantidades.

Y así, decidí arriesgarme a ingresar a este proyecto retante, sin tener modelos de negocio referenciales en relación al rubro en el que me embarcaba.

Hoy en día, cuento con un CENTRO DE PRODUCCIÓN, donde elaboramos directamente nuestros PISCOS Y VINOS PERSONALIZADOS, diseñando sin límites y al gusto de nuestros clientes. En la actualidad realizamos despachos por unidad y cantidad. Atendemos clientes de nuestra provincia de Chincha y a nivel nacional.

Hoy nos encontramos ordenando y sistematizando el CENTRO DE PRODUCCIÓN, para colocar nuevamente una TIENDA con variedades de modelos exclusivos de Piscos y Vinos de colección.

El sueño de MI FIRMA – PISCOS Y VINOS PERSONALIZADOS, iniciará en Chincha, y creo con todo el corazón que se expandirá a nivel nacional, colocando TIENDAS, en ciudades principales del Perú.



PRIMERLUGAREADA

MÁS ALLÁ DE LA PRIMERA IMPRESIÓN

Carlos Preciado

Consultor en marketing digital, posicionamiento SEO y SEM



MÁS ALLÁ DE LA PRIMERA IMPRESIÓN

Continuando con el artículo: 3 Características que Debe Tener una Página Web Exitosa. Tener una página web no es suficiente; necesitas una que destaque y capte la atención de tu audiencia desde el primer momento. Este concepto, que denominamos “primerlugarada”, va más allá de causar una buena primera impresión. Se trata de optimizar tu sitio web para que no solo atraiga visitantes, sino que también los mantenga comprometidos y, en última instancia, los convierta en clientes leales. En este artículo, exploraremos en profundidad qué significa tener una página web “primerlugarada”.

DISEÑO VISUAL IMPACTANTE

Estética y Funcionalidad. El diseño visual de tu página web es lo primero que notarán tus visitantes. Un diseño atractivo y profesional no solo crea una impresión positiva, sino que también establece la credibilidad de tu negocio. Esto no significa que debas optar por un diseño sobrecargado o excesivamente llamativo; en cambio, busca un equilibrio entre estética y funcionalidad. Un diseño limpio y moderno, con colores coherentes y tipografía legible, puede hacer maravillas para la percepción de tu marca.

Importancia de la Experiencia de Usuario (UX). La experiencia de usuario (UX) es crucial para mantener a tus visitantes en tu sitio web. Una navegación intuitiva, tiempos de carga rápidos y un diseño responsivo son elementos esenciales de una buena UX. Asegúrate de que los usuarios puedan encontrar fácilmente la información que buscan y que cada interacción con tu sitio sea fluida y sin fricciones. Utiliza pruebas de usuario y herramientas de análisis para identificar y corregir cualquier problema de UX que pueda surgir.

Elementos Visuales Clave. Imágenes de Alta Calidad: Utiliza imágenes que sean relevantes para tu contenido y de alta resolución. Las imágenes borrosas pueden dar una mala impresión.

Videos Engaging: Los videos son una excelente manera de captar la atención y transmitir tu mensaje de manera efectiva. Asegúrate de que sean de alta calidad y estén optimizados para una carga rápida.

Tipografía y Colores: Elige fuentes que sean fáciles de leer y colores que complementen tu marca. La

coherencia en el uso de la tipografía y los colores ayuda a crear una identidad visual fuerte.

CONTENIDO RELEVANTE Y VALIOSO

Conocimiento del Público Objetivo. Entender a tu público objetivo es fundamental para crear contenido que resuene con ellos. Investiga sus necesidades, intereses y problemas comunes. Utiliza esta información para desarrollar contenido que no solo sea relevante, sino que también ofrezca valor real. Esto podría incluir blogs, guías, infografías, videos y otros formatos que respondan a las preguntas y preocupaciones de tu audiencia.

Estrategia de Contenido. Una estrategia de contenido bien definida es esencial para mantener a tus visitantes interesados y comprometidos. Crea un calendario editorial que incluya una variedad de formatos y temas, y publica regularmente. Asegúrate de que todo el contenido esté optimizado para SEO, utilizando palabras clave relevantes y meta descripciones efectivas para atraer tráfico orgánico.

Contenido Interactivo. El contenido interactivo, como encuestas, cuestionarios y calculadoras, puede aumentar significativamente el compromiso de los usuarios. Este tipo de contenido no solo es más atractivo, sino que también puede proporcionar datos valiosos sobre tus visitantes que puedes utilizar para personalizar aún más tu estrategia de marketing.

OPTIMIZACIÓN PARA MOTORES DE BÚSQUEDA (SEO)

Investigación de Palabras Clave. La optimización para motores de búsqueda (SEO) es fundamental para asegurar que tu sitio web aparezca en los primeros resultados de búsqueda. La investigación de palabras clave es el primer paso en cualquier estrategia de SEO. Utiliza herramientas como Google Keyword Planner, Ahrefs o SEMrush para identificar las palabras clave más relevantes para tu negocio. Asegúrate de incluir estas palabras clave en tus títulos, descripciones, contenido y URL.

SEO On-Page. El SEO on-page se refiere a la optimización de elementos individuales en tu sitio web, como el contenido, las meta descripciones y las etiquetas de encabezado. Asegúrate de que cada página de tu sitio esté optimizada con títulos claros y concisos, meta descripciones atractivas y contenido

relevante que incluya las palabras clave objetivo. Además, utiliza enlaces internos para mejorar la navegación de tu sitio web.

SEO Off-Page. El SEO off-page se centra en factores externos que afectan la posición de tu sitio web en los motores de búsqueda, como los backlinks y la presencia en redes sociales. Construye una estrategia de link building sólida, obteniendo enlaces de sitios web de alta autoridad en tu industria. Participa activamente en redes sociales y en foros relevantes para aumentar la visibilidad y la autoridad de tu marca en línea.

NAVEGACIÓN INTUITIVA Y ESTRUCTURA CLARA

Menús Simples y Claros. Una navegación intuitiva es esencial para una buena experiencia de usuario. Los menús deben ser simples, claros y fáciles de usar. Evita los menús desplegados complejos y las categorías confusas. En su lugar, organiza tu contenido en categorías lógicas y utiliza etiquetas descriptivas que faciliten a los usuarios encontrar lo que buscan rápidamente.

Jerarquía de Información. La jerarquía de información se refiere a la forma en que la información está organizada y presentada en tu sitio web. Utiliza encabezados (H1, H2, H3) y subtítulos para dividir el contenido en secciones manejables. Esto no solo mejora la legibilidad, sino que también ayuda a los motores de búsqueda a entender la estructura de tu contenido.

Call to Actions (CTAs). Los llamados a la acción (CTAs) son esenciales para guiar a los usuarios a través de tu sitio web y convertir visitantes en clientes. Coloca CTAs claros y atractivos en lugares estratégicos, como al final de los artículos de blog, en las páginas de productos y en los formularios de suscripción. Asegúrate de que los CTAs sean específicos y accionables, utilizando verbos que inciten a la acción como “Comprar ahora” o “Suscribirse”.

RENDIMIENTO Y VELOCIDAD DEL SITIO

Importancia de la Velocidad de Carga. La velocidad de carga del sitio web es un factor crítico tanto para la experiencia del usuario como para el SEO. Los sitios web que cargan lentamente pueden frustrar a los usuarios y aumentar las tasas de rebote. Utiliza herramientas como Google PageSpeed Insights para evaluar y mejorar la velocidad de tu web.

Optimización de Imágenes y Recursos. Las

imágenes y los recursos multimedia pueden ralentizar tu sitio web si no están optimizados correctamente. Utiliza formatos de imagen comprimidos y herramientas de optimización para reducir el tamaño de los archivos sin comprometer la calidad. Además, considera el uso de una red de entrega de contenido (CDN) para mejorar la velocidad de entrega de tus recursos a los usuarios en diferentes ubicaciones geográficas.

Hospedaje y Tecnología. Elige un proveedor de hospedaje confiable que ofrezca un buen rendimiento y soporte técnico. Considera opciones de hospedaje gestionado que pueden ofrecer optimizaciones adicionales para la velocidad y la seguridad de tu sitio web. Mantén tu tecnología y software actualizados para asegurarte de que tu sitio funcione de manera óptima y segura.

SEGURIDAD Y CONFIANZA

Certificados SSL. Un certificado SSL (Secure Socket Layer) es esencial para asegurar la información de tus visitantes y transmitir confianza. Los sitios web con SSL tienen URLs que comienzan con “https://” y muestran un ícono de candado en la barra de direcciones, lo que indica que las conexiones están cifradas y seguras.

Políticas de Privacidad y Términos de Servicio. Incluir políticas de privacidad claras y términos de servicio es una buena práctica para cualquier sitio web. Estas políticas no solo ayudan a cumplir con las regulaciones legales, sino que también aumentan la transparencia y la confianza de los usuarios en tu marca. Asegúrate de que estas políticas sean accesibles y fáciles de entender.

Testimonios y Reseñas. Los testimonios y las reseñas de clientes satisfechos son una excelente manera de construir credibilidad y confianza en tu sitio web. Incluye testimonios destacados en tus páginas clave y anima a tus clientes a dejar reseñas en plataformas de terceros como Google My Business y Yelp. Responde a las reseñas de manera oportuna y profesional para mostrar que valoras la opinión de tus clientes.

En conclusión

La “primerlugarada” de tu página web es fundamental para causar una impresión duradera y positiva en tus visitantes. Al enfocarte en el diseño visual impactante, el contenido relevante y valioso, la optimización para motores de búsqueda, la navegación intuitiva, el rendimiento del sitio y la seguridad, puedes asegurarte de que tu sitio web no solo atraiga visitantes, sino que también los mantenga comprometidos y los convierta en clientes leales.

¡No esperes más y contáctame hoy mismo.



ALTADUNA
Condominio

TERRENOS EN PRE-VENTA !

EL CONDOMINIO CONTARÁ CON:

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



Informes:



934 140 471



RAÚL
SALGADO

www.salgadoyasociados.com

☎ 51-934 951 455

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

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

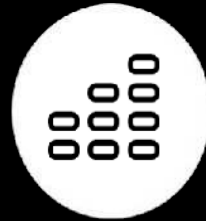
Construye su estrategia sobre estas bases y asegura una ejecución impecable, con enfoque en las ventas y fidelización del cliente. Esta ejecución se asegura con una cultura poderosa.



Asesoramiento
empresarial



Investigación
de mercado



Elaboración de
instrumentos

NUESTROS
SERVICIOS

ALFAJORES ARGENTINOS

DE LA TRADICIÓN A LA INNOVACIÓN

Raúl Salgado

CEO Salgado Consultores



En el mundo cultural de Argentina, donde la pasión por el fútbol, el tango y la carne asada definen en gran medida la identidad nacional, hay un ícono menos conocido, pero igualmente representativo que está haciendo olas en la escena culinaria global: un bombón relleno de dulce de leche y cubierto con chocolate. Este dulce tradicional, que combina a la perfección galletas suaves con dulce de leche, no solo deja satisfechas las personas locales, sino que también se ha convertido en un producto emblemático a nivel mundial, llevando el espíritu emprendedor argentino a todos los rincones del planeta.

Originario de la cocina árabe, el alfajor fue adoptado y adaptado por los españoles antes de su llegada al Nuevo Mundo. En Argentina, este dulce se ha transformado al adoptar el característico sabor del dulce de leche, un ingrediente que lo ha definido y diferenciado en la amplia gama de dulces a nivel mundial. La sencillez de su receta base, que consiste en dos galletas unidas por un corazón de dulce de leche y a menudo cubiertas con chocolate o coco, es solo el comienzo para explorar una aventura culinaria ilimitada.

Los emprendedores de Argentina han llevado los alfajores más allá de las fronteras nacionales al participar en concursos internacionales donde se celebra la calidad y originalidad de sus productos. Un ejemplo notable es cuando los alfajores artesanales ganaron el premio Great Taste en el Reino Unido, lo que les dio un reconocimiento y ahora son considerados un símbolo gourmet de Argentina. Además de fortalecer la posición del alfajor en el ámbito culinario mundial, estos reconocimientos también impulsan a otros emprendedores a investigar y innovar con este postre tradicional.

Havanna y Cachafaz son empresas destacadas que demuestran cómo marcas tradicionales pueden transformarse y ajustarse a las demandas actuales. Havanna ha mostrado su presencia internacional al abrir cafeterías en lugares tan distantes como España, demostrando así que los alfajores pueden ser el eje central de un negocio a nivel global. Estas empresas ofrecen mucho más que alfajores; venden una

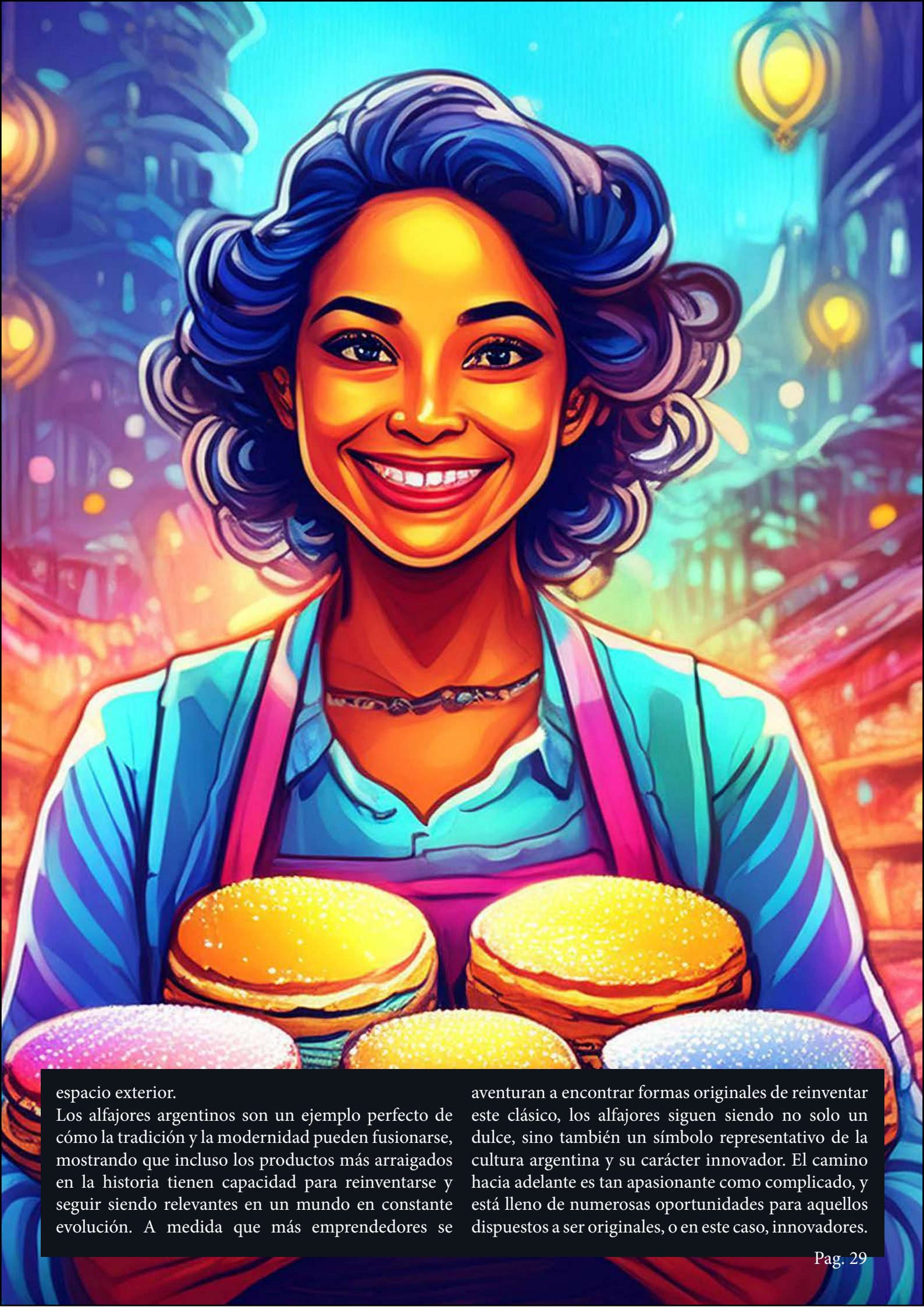
experiencia cultural única, que contribuye a enriquecer la visión global de la gastronomía argentina.

El camino de los alfajores argentinos es una historia en constante crecimiento y ajuste. A medida que surgen nuevos emprendedores, estos dulces tradicionales están siendo reimaginados y renovados, lo cual demuestra la coexistencia armoniosa entre la innovación y la herencia cultural.

En un mundo donde la salud y la sostenibilidad son cada vez más valoradas, los emprendedores argentinos se encuentran a la vanguardia en el impulso hacia alfajores que promueven una mejor calidad de vida y respetan al medio ambiente. “AlfaVerde” es una marca que actualmente ofrece deliciosos alfajores orgánicos. Utilizan ingredientes locales y sostenibles, como el trigo integral y el dulce de leche bajo en azúcar, sin renunciar al irresistible sabor.” También, están surgiendo alternativas libres de gluten y veganas que amplían las posibilidades del mercado para consumidores con dietas restrictivas, al mismo tiempo que demuestran un compromiso con la inclusión y el respeto por el medio ambiente.

La presentación y el marketing de los alfajores están llegando a niveles cada vez más creativos. Dulce Imaginación, un ejemplo de emprendedor, no solo se atreve a probar sabores exóticos como maracuyá o malbec, sino que también busca colaboraciones con artistas locales para diseñar envoltorios deslumbrantes y únicos. Las ediciones limitadas de estos productos se convierten en objetos de colección y regalos valiosos, haciendo que disfrutar de un alfajor sea una experiencia estética y sensorial completa.

Un caso especialmente motivador que demuestra la innovación y el impacto a nivel mundial de los alfajores es la reciente acción emprendida por “Estrellas Dulces”, una nueva empresa que se asoció con una agencia espacial para mandar alfajores a la Estación Espacial Internacional como parte de un experimento cultural. Con este audaz movimiento, no solo los alfajores se colocaron literalmente en el mapa global, sino que también representó la capacidad ilimitada de estos dulces para trascender fronteras, incluso las del



espacio exterior.

Los alfajores argentinos son un ejemplo perfecto de cómo la tradición y la modernidad pueden fusionarse, mostrando que incluso los productos más arraigados en la historia tienen capacidad para reinventarse y seguir siendo relevantes en un mundo en constante evolución. A medida que más emprendedores se

aventuran a encontrar formas originales de reinventar este clásico, los alfajores siguen siendo no solo un dulce, sino también un símbolo representativo de la cultura argentina y su carácter innovador. El camino hacia adelante es tan apasionante como complicado, y está lleno de numerosas oportunidades para aquellos dispuestos a ser originales, o en este caso, innovadores.



TIP EMPRESA

DIRECTOR: Raul Salgado

EDITOR: Julio Ortiz

COLABORACION ESPECIAL:

- Carolina Garcia
- Aldo Benavides
- Gino Condori
- Alejandro Castro
- Luis Puppi
- Cinthia Saavedra
- Carlos Preciado

