

TIP EMPRESA



LA REVISTA ESPECIALIZADA EN EL EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI

Nº 40 Diciembre 2024 / Enero 2025

ESTRATEGIAS 2025

POTENCIANDO
NUESTROS NEGOCIOS

**EXPERIENCIAS
INOLVIDABLES**

EL PODER DE LA IA
EN LOS NEGOCIOS

**IDEAS DE
EMPRENDIMIENTO**

LAS MEJORES
PARA EL 2025

**PERSONALIZACIÓN
A ESCALA**

PERSPECTIVAS
DE IMPACTO

**HERRAMIENTAS
EMPRESARIALES**

OPERACIONES
COMUNICACIÓN
COMERCIAL
FINANZAS



RAÚL
SALGADO

EDITORIAL

El año 2025 se vislumbra como un periodo lleno de oportunidades para aquellos que estén dispuestos a innovar y adaptarse a los cambiantes requerimientos del mercado actualizado tecnológicamente. El desarrollo de nuevas tecnologías, la creciente demanda de soluciones sustentables y la interconexión global ofrecen un terreno propicio para el progreso empresarial. Sin embargo, aprovechar estas oportunidades exige no solo una visión clara, sino también una profunda comprensión del contexto y una orientación estratégica centrada en el cliente.

Las empresas que tendrán éxito en 2025 serán aquellas que puedan prever las tendencias del mercado y adaptarse rápidamente a los nuevos paradigmas empresariales emergentes.

Este año marcará un renacimiento de la tecnología en el ámbito empresarial. La Inteligencia artificial, blockchain y big data son algunas de las herramientas que están cambiando la forma en que las empresas funcionan y se relacionan con sus clientes. Estas tecnologías no solo ayudan en la mejora de los procesos, sino que también brindan una comprensión más profunda del cliente, lo que facilita la toma de decisiones fundamentadas en datos precisos.

Además, debemos añadir que las empresas que optan por sumarse al comercio digital obtendrán una ventaja competitiva considerable en un mundo global cada vez más conectado entre sí; contarán esencialmente tanto en el diseño cuidadoso de plataformas de comercio electrónico como en servicios logísticos eficientes para conquistar nuevos segmentos de clientes.

En 2025 se presentan no solo oportunidades sino también desafíos significativos para las empresas y organizaciones en cuanto al cambio constante en las preferencias y demandas del consumidor que requieren una adaptabilidad y capacidad de respuesta ágil para sobresalir en el mercado actualmente competitivo y dinámico donde la tecnología juega un papel crucial al permitir la anticipación y rápida adaptación frente a los cambios inminentes.

Para los empresarios significa abrazar la mentalidad de siempre buscar mejorar y estar dispuestos a probar nuevas ideas en constante evolución. Las corrientes del mercado como la digitalización de servicios personalizados y la sostenibilidad proporcionan indicaciones claras acerca de dónde enfocar los esfuerzos. ¿Y tú cómo enfrentarás el 2025?





CONTENIDOS

ESTRATEGIAS 2025

06

El entorno empresarial actual se caracteriza por la velocidad del cambio y la evolución tecnológica junto al creciente interés de los consumidores.

EXPERIENCIAS INOLVIDABLES

10

La experiencia del cliente se ha convertido en el factor diferenciador clave para todas las empresas que compiten en la economía digital.

PERSONALIZACIÓN A ESCALA

12

En un mundo empresarial cada vez más globalizado, la capacidad de adaptarse se ha convertido en un factor clave para el éxito

IDEAS DE EMPRENDIMIENTO 2025

16

El mundo del emprendimiento evoluciona constantemente, adaptándose a las nuevas tendencias, avances tecnológicos y demandas del mercado..

MOMENTOS PARA AGRADECER

18

El cierre de un año trae consigo una mezcla de emociones: la satisfacción de los logros, los aprendizajes y la expectativa de lo que está por venir.

TENDENCIAS 2025 EN REDES SOCIALES

22

Las redes sociales están en constante transformación, el 2025 promete ser un gran año para quienes vivimos y trabajamos en el mundo digital. .

7 CONSEJOS LEGALES

24

Tener experiencia como asesor jurídico de empleadores, permite brindar algunos consejos legales para el puesto de gerente de gestión humana.

FINANZAS PERSONALES

26

La palabra “finanzas” como tal hace referencia a una rama de la economía que estudia las transacciones y la administración del dinero.

VINO - ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR LIMEÑO

30

El presente trabajo busca estudiar el comportamiento de compra del consumidor limeño, respecto a sus preferencias del vino peruano

Ediciones Anteriores



ESTRATEGIAS 2025

HACIA DONDE APUNTAN LAS EMPRESAS EXITOSAS

Raúl Salgado

CEO Salgado Consultores.



El entorno empresarial actual se caracteriza por la velocidad del cambio y la evolución tecnológica junto al creciente interés de los consumidores en experiencias personalizadas y soluciones medio ambientalmente responsables. En este escenario desafiante y llenos de oportunidades los emprendedores pueden construir negocios que no solo satisfagan las necesidades presentes sino que vayan más allá.

Pero ¿qué implica realmente ser considerado un negocio “inalcanzable”? Se refiere a un modelo de negocio que fusiona innovación continua, resistencia ante adversidades y una visión estratégica para liderar mercados y dejar una huella en la sociedad.

¡Vamos a conocer las corrientes actuales en tecnología y las tácticas esenciales para que cualquier emprendedor pueda crear una propuesta de negocio única y relevante!

La Inteligencia Artificial como un compañero estratégico

La inteligencia artificial (IA) ya no es algo exclusivo de las grandes corporaciones y se ha convertido en una herramienta indispensable para cualquier empresa que busque destacarse en el mercado actual. Negocios como Amazon aprovechan la IA para mejorar sus procesos de envío y entrega de productos e incrementar la personalización en las recomendaciones que ofrecen. Por ejemplo, su sistema de sugerencias basado en compras previas no solo aumentan las ventas sino que también mejoran la satisfacción del cliente al presentar soluciones precisas y oportunidades de manera eficiente.

Para aquellos que están iniciando un negocio propio y desean utilizar la inteligencia artificial en sus operaciones diarias; existen diversas aplicaciones disponibles para aprovechar esta tecnología innovadora. Desde simplificar tareas repetitivas hasta mejorar la experiencia del usuario a través de chatbots automatizados que brinden asistencia las 24 horas.

Además de esto; las herramientas avanzadas de análisis basadas en inteligencia artificial les permitirán anticipar cambios en el mercado, identificar nuevas oportunidades y ajustar estrategias de manera eficiente en tiempo real. Un ejemplo práctico sería un pequeño negocio que emplea herramientas de

aprendizaje automático para analizar tendencias de consumo y así diseñar campañas publicitarias altamente personalizadas; aumentando así su retorno de inversión en marketing.

Conciencia ambiental y sostenibilidad

Hoy en día la sustentabilidad se ha vuelto un factor clave para el éxito empresarial, Patagonia por ejemplo, conocida por sus prácticas responsables ha demostrado que integrar la sustentabilidad en el modelo de negocios no solo es ético sino también rentable. La marca ha ganado la confianza de consumidores que aprecian su compromiso medioambiental desde el uso de materiales reciclados hasta promover la reparación de prendas en lugar de su sustitución.

Los emprendedores deben adoptar esta mentalidad como una parte fundamental de su estrategia empresarial. La sustentabilidad no solo implica reducir el impacto ambiental sino también generar valor duradero para todas las partes involucradas. Estos objetivos pueden alcanzarse al diseñar productos de larguísima duración, implementar cadenas de suministro éticas y mantener operaciones transparentes. Una nueva empresa que ofrece productos reutilizables en un mercado saturado de artículos desechables destaca no solo por su originalidad sino por crear un vínculo emocional genuino con su audiencia.

La clave para el éxito radica en la personalización.

El cliente actual busca más que simples productos o servicios; anhela vivir experiencias personalizadas que conecten profundamente sus necesidades y principios personales. Empresas como Netflix han destacado en esta estrategia al emplear algoritmos que ajustan sus recomendaciones según los gustos individuales de cada usuario. La realidad aumentada (RA) y la realidad virtual (RV) están llevando esta personalización a niveles nunca antes vistos. Por ejemplo, marcas de moda recurren a la RA para permitir a los clientes simularse la vestimenta electrónicamente previo a efectuar una compra, solucionando dudas y fortaleciendo la confianza en el proceso de adquisición.

Para los empresarios, esto es una oportunidad única

para sobresalir en el mercado actual. Desde brindar experiencias personalizadas hasta ajustar los productos a las necesidades individuales de cada cliente, la personalización posibilitará la creación de relaciones más sólidas y fieles. Una tienda en línea que emplee tecnologías de Realidad Aumentada para mostrar a los compradores cómo lucirán sus productos en sus hogares antes de adquirirlos generará una experiencia distinguida y memorable.

Expansión a nivel mundial

El crecimiento ya no se ve limitado por las fronteras geográficas en la actualidad. Las plataformas digitales han hecho que sea más fácil para los emprendedores acceder a mercados internacionales sin necesidad de realizar una gran inversión. No obstante, expandirse a nivel global requiere una estrategia cuidadosamente elaborada. Starbucks ha demostrado ser un caso de éxito al personalizar su menú y experiencia para adaptarse a los gustos locales de cada país, mientras mantiene su identidad global intacta. En Japón, por ejemplo, la cadena ha introducido sabores tradicionales como el té matchwa a para cautivar a los consumidores del lugar.

Para los empresarios y emprendedores es crucial llevar a cabo un análisis exhaustivo de datos antes de aventurarse en nuevos mercados. Es fundamental comprender las preferencias culturales locales y las regulaciones vigentes además de investigar los hábitos de compra de los consumidores. Un emprendedor bien preparado tiene la oportunidad de destacar como un actor importante incluso en mercados competitivos.

Los datos van más allá de simples cifras

La información recogida en la operación del negocio representan la voz de los clientes en el mundo empresarial actual. Utilizando herramientas como encuestas y plataformas de retroalimentación en tiempo real y elaborando mapas de empatía, las empresas pueden obtener información valiosa para hacer ajustes precisos que mejoren sus productos y servicios. Un ejemplo destacado es el restaurante Tanta en Perú, que ha sabido escuchar a sus clientes para personalizar sus menús y adaptar su servicio según las opiniones recibidas. Este enfoque ha fortalecido la relación del restaurante con los consumidores y ha tenido un impacto positivo en sus finanzas.

Para los empresarios y emprendedores es fundamental contar un sistema de retroalimentación que sea flexible y capaz de ajustarse ante las variaciones en las demandas de los clientes y las condiciones del

mercado actualizadas constantemente. Grunder destaca como una herramienta de plataforma que permite simplificar la recolección y el análisis de datos mostrando cómo la tecnología puede ser aliada para transformar la información en decisiones estratégicas relevantes.

Tecnologías Innovadoras en Ascenso

La tecnología de cadena de bloques -conocida principalmente por su uso en criptomonedas- presenta usos más amplios que pueden revolucionar sectores enteros de la industria en su totalidad. Desde asegurar la trazabilidad en las cadenas de suministro hasta facilitar contratos inteligentes, el blockchain ofrece un nivel de transparencia y seguridad que resulta beneficios para empresas y consumidores por igual. Una empresa emergente que integre la tecnología blockchain podría garantizar a sus clientes que sus productos son genuinos y cumplidores de estándares éticos como una posible ventaja competitiva.

La realidad ampliada (que abarca la realidad aumentada y la virtual) está cambiando la forma en que los consumidores se relacionan con las marcas. IKEA ha aprovechado estas tecnologías para permitir que los usuarios vean muebles en sus propios lugares antes de adquirirlos; una táctica que ha incrementado las conversiones y la felicidad del cliente.

La estrategia de diversificación

En industrias saturadas, la variedad podría ser la solución para seguir siendo competitivo. Rappi comenzó como una app básica de reparto de alimentos y ahora proporciona también servicios financieros y distribuye medicinas entre otros productos. Esta transformación ha posibilitado no solo atender más demandas de los consumidores, sino también posicionarse como una figura relevante en su rutina cotidiana.

Los empresarios deben tener en cuenta la manera de ampliar sus servicios sin desviarse de su objetivo principal. A esto se le puede atribuir el diseño de nuevos productos, la incursión en mercados afines o la formación de alianzas estratégicas para proporcionar soluciones más integrales.

Cultura innovadora como clave del éxito

La tecnología y las tácticas no pueden tener éxito sin un ambiente corporativo que las respalde plenamente. Organizaciones como Apple han mostrado que la innovación debe estar arraigada profundamente en la mentalidad de cada trabajador. Promover un entorno



donde la imaginación y el progreso constante sean principios fundamentales es crucial para cualquier empresa que aspire a la excelencia inigualable.

Para los empresarios significa dedicarse a la formación continua de su personal y fomentar un ambiente colaborativo que abrace la flexibilidad ante los cambios en el entorno empresarial actual.

El porvenir del mundo empresarial se encuentra en manos de aquellos dispuestos a abrazar nuevas tecnologías y escuchar atentamente las necesidades de sus clientes para actuar de manera audaz y visionaria. Los negocios sólidos no surgen de la noche a la mañana; cada paso es crucial. Desde incorporar prácticas sustentables hasta personalizar las experiencias y

utilizar la retroalimentación como impulso hacia el cambio; el camino hacia el triunfo está marcado por la innovación y la capacidad de adaptación.

Las empresas líderes no solo sirven de inspiración; también nos demuestran que cualquier emprendedor puede convertir su negocio en un modelo de éxito duradero si cuenta una estrategia clara y un compromiso sólido en su camino hacia el éxito empresarial. El futuro ya está aquí y ofrece amplias oportunidades para aquellos que estén dispuestos y preparados para aprovecharlas al máximo. ¿Te encuentras preparado para construir un negocio que deje una marca imborrable en el mundo empresarial?

EXPERIENCIAS INOLVIDABLES

EL PODER DE LA IA EN LA NUEVA ERA DEL CLIENTE

Oscar Chuquillín

Gerente de Campus Zegel Lima Este



La experiencia del cliente se ha convertido en el factor diferenciador clave para todas las empresas que compiten en la economía digital. El cliente actual no solo busca un producto o servicio de calidad, sino que espera inmediata, personalización y un vínculo emocional con la marca. La transformación digital, sumada a la hiperconectividad, ha creado un entorno donde las expectativas pueden crecer o cambiar en cuestión de horas. En este contexto, la Inteligencia Artificial (IA) ofrece herramientas para adelantar los deseos del cliente y para diseñar interacciones memorables. A continuación, exploraremos cómo lograrlo paso a paso.

De expectativas a experiencias

Transformar expectativas en experiencias inolvidables requiere comprender el origen de dichas expectativas. Factores como recomendaciones en redes sociales, reseñas en línea y la promesa publicitaria influyen decisivamente en la percepción previa del cliente. Por ejemplo, Amazon generó un nuevo estándar de servicio al brindar entregas rápidas y sugerencias de compra personalizadas; cualquier empresa que no cumpla con esos niveles puede ser vista como anticuada. No obstante, estas expectativas son frágiles. Los errores logísticos o de comunicación genérica afectan la confianza del cliente. Un análisis profundo de los puntos de contacto desde la navegación web hasta el servicio postventa es esencial para anticiparse y mejorar continuamente.

El rol de la inteligencia artificial

La IA permite procesar enormes volúmenes de datos y transformarlos en información accionable. Herramientas de Machine Learning identifican patrones de consumo, tendencias futuras y áreas de mejora en la atención. Por ejemplo, Netflix utiliza algoritmos de recomendación para predecir series o películas que pueden interesar a cada usuario, creando una experiencia altamente personalizada que aumenta la fidelidad. Asimismo, chatbots y asistentes virtuales optimizados mediante procesamiento del lenguaje natural ofrecen respuesta rápida y eficaz a consultas frecuentes, mejorando la satisfacción. Gracias a estas tecnologías, las empresas pueden pasar de reactivas a proactivas, sorprendiendo gratamente a sus clientes.

Implementación práctica en la empresa

Para adoptar la IA de forma exitosa, se requiere un plan detallado que evalúe necesidades, objetivos y recursos disponibles. Inicialmente, se recomienda ejecutar un diagnóstico para identificar procesos que puedan mejorarse mediante IA, como la atención al cliente o la gestión de inventarios. Luego, se define una hoja de ruta en fases: pilotos, validación y escalar. Por ejemplo, Zara emplea análisis predictivo para ajustar su stock a tendencias cambiantes, minimizando los productos sobrantes y maximizando las ventas. Una vez validado el proyecto, la empresa lo escala a nivel global y entrena al personal, garantizando una adopción efectiva y sostenible de la tecnología.

Estrategias de liderazgo y cultura empresarial

La integración de IA no se limita a instalar software o contratar analistas de datos; exige también un liderazgo visionario y una cultura orientada a la innovación. La alta dirección debe comunicar claramente la relevancia del proyecto, promoviendo la participación de diversos equipos. Metodologías como el Design Thinking permiten co-crear soluciones centradas en el cliente. Por otro lado, la capacitación continua favorece la confianza de los colaboradores en las nuevas tecnologías, creando un entorno propicio para el cambio. Cuando los equipos de marketing, TI y experiencia de cliente trabajan de forma colaborativa, la IA se convierte en un factor transformador.

Medición y mejora constante

Las empresas deben medir constantemente el impacto de sus iniciativas basadas en IA. Indicadores como el NPS (Net Promoter Score) reflejan la satisfacción y lealtad del cliente; valores altos indican que las experiencias están cumpliendo o superando las expectativas. Otro KPI relevante es la retención: cuando la gente vuelve, es señal de éxito. Un ejemplo claro es Spotify, que monitorea a diario la interacción de sus usuarios para ajustar y perfeccionar sus algoritmos de recomendación musical.

Plan de acción para lograr experiencias inolvidables

La Inteligencia Artificial se ha convertido en una herramienta esencial para pasar de simples expectativas a experiencias inolvidables. Un enfoque centrado en el cliente, apoyado en datos y análisis



avanzado, abre un abanico de oportunidades de personalización y fidelización. Al invertir en liderazgo, cultura de innovación y tecnología, las organizaciones pueden no solo satisfacer, sino superar las exigencias de una cliente cada vez más informado.

1. Diagnóstico integral: Identificar cuellos de botella y oportunidades donde la IA genere un valor real.
2. Definir objetivos claros: Establecer metas medibles, desde reducir tiempos de espera hasta mejorar el índice de satisfacción.
3. Formar y capacitar al personal: Invertir en programas de enseñanza interna para desarrollar competencias tecnológicas y analíticas.

4. Adoptar tecnologías escalables: Elegir plataformas de IA que se integren con los sistemas existentes y puedan crecer con el negocio.

5. Pilotos y medir: Implementar proyectos de prueba, medir resultados y ajustar estrategias antes de un despliegue masivo.

6. Monitorear KPIs y retroalimentar: Llevar un seguimiento continuo de métricas de satisfacción, retención y ROI para optimizar iterativamente.

7. Promover la cultura de innovación: Fomentar la colaboración interdisciplinaria y la comunicación transparente.

PERSONALIZACIÓN A ESCALA

DIAGNÓSTICO Y PERSPECTIVAS FUTURAS

Aldo Benavides

Especialista en Gestión Empresarial

En un mundo empresarial cada vez más globalizado y competitivo, la capacidad de adaptarse a las necesidades específicas de los clientes se ha convertido en un factor clave para el éxito. En este contexto, la personalización a escala emerge como una estrategia innovadora que permite a las empresas conectar de manera más directa con sus consumidores, ofreciéndoles productos, servicios y experiencias únicas. En el caso de las empresas peruanas, la personalización a escala representa una oportunidad significativa para mejorar su posicionamiento en el mercado, fortalecer la lealtad de los clientes y optimizar su rendimiento. Este ensayo explora cómo las empresas peruanas pueden aprovechar la personalización a escala como una herramienta estratégica, sus desafíos y las ventajas que ofrece en el panorama económico y empresarial del Perú.

La personalización a escala consiste en adaptar productos, servicios o experiencias para satisfacer las necesidades individuales de los consumidores, pero a una escala mucho mayor que la personalización tradicional. Esto implica el uso de tecnologías como la inteligencia artificial, el análisis de datos masivos (big data), el machine learning, y plataformas digitales, para crear experiencias más centradas en el cliente sin perder la eficiencia ni aumentar significativamente los costos de producción o distribución.

A diferencia de la personalización individual que se limita a un pequeño grupo de clientes, la personalización a escala se enfoca en generar un valor individualizado para una base de consumidores mucho más grande. La clave está en automatizar y optimizar procesos sin perder la esencia de la conexión personalizada que el cliente espera.

El mercado peruano presenta características únicas que lo hacen particularmente receptivo a la personalización a escala. La diversidad cultural, geográfica y socioeconómica del país genera una amplia gama de necesidades y expectativas entre los consumidores. Por ejemplo, en las zonas urbanas como Lima, los consumidores tienden a estar más familiarizados con las tecnologías digitales y están dispuestos a pagar por productos o servicios que se

adapten a sus preferencias. En cambio, en regiones más rurales, aunque la penetración digital es menor, las empresas pueden personalizar sus ofertas para ajustarse a las tradiciones y estilos de vida locales.

El éxito de la personalización a escala también dependerá de cómo las empresas gestionen la privacidad de los datos de los consumidores. En una era donde los consumidores son cada vez más conscientes de los riesgos asociados con el uso de sus datos personales, las empresas deben garantizar que sus prácticas cumplan con estándares éticos y regulatorios. Esto incluye implementar políticas transparentes, mecanismos de consentimiento claro y sistemas de ciberseguridad robustos que generen confianza en los clientes y fortalezcan la relación con ellos a largo plazo.

En el futuro cercano, se espera que la personalización a escala siga siendo un pilar fundamental en la estrategia de muchas empresas peruanas. Con el avance de la inteligencia artificial y el big data, las empresas podrán seguir perfeccionando la manera en que interactúan con los consumidores. Asimismo, la conectividad móvil y el crecimiento del comercio electrónico ofrecen nuevas oportunidades para implementar personalización a nivel digital.

Además, la sostenibilidad y la ética empresarial cobrarán cada vez más relevancia en las decisiones de los consumidores peruanos. Las empresas que logren personalizar no solo en términos de productos y servicios, sino también en cuanto a la responsabilidad social y ambiental, tendrán una ventaja competitiva en el largo plazo.

La personalización a escala no es solo una tendencia pasajera, sino una herramienta estratégica que redefine la manera en que las empresas peruanas pueden competir y prosperar en el mercado global. Con inversiones inteligentes en tecnología, una sólida gestión de datos y un enfoque ético y sostenible, las empresas no solo podrán satisfacer mejor las necesidades de sus clientes, sino también contribuir al desarrollo económico y social del país. Es un desafío que requiere visión y compromiso.





EVELYN JURADO

Vive tu obra.

Ferretería, distribuidora y representante
Cemento Nacional, Nicoll y todos los materiales de
construcción que necesites.



993 483 594 / 926 930 903 / 993 471 275



TE BRINDAMOS

- Cirugías ginecológicas
- Cirugías oncológicas
- Cirugías laparoscópicas
- Cirugías de piso pélvico
- Ecografías especializadas
- Histeroscopías
- Cesáreas



**Reserva
tu cita**



912 113 803

Ubicación: Clínica Señor De Luren - Avenida San Martín #536

IDEAS DE EMPRENDIMIENTO

LAS MEJORES IDEAS PARA EL AÑO 2025

Alejandro Castro Mendivil

Educador y coach ejecutivo



El mundo del emprendimiento evoluciona constantemente, adaptándose a las nuevas tendencias, avances tecnológicos y demandas del mercado. En 2025, se vislumbran grandes oportunidades para aquellos emprendedores dispuestos a innovar y anticiparse a las necesidades emergentes. Este artículo explora algunas de las mejores ideas de emprendimiento que podrían marcar la diferencia este año.

1. Negocios relacionados con la Inteligencia Artificial (IA)

La inteligencia artificial continúa transformando industrias, desde la salud hasta la educación y el entretenimiento. Algunas ideas específicas incluyen:

- Chatbots especializados: Crear soluciones de atención al cliente personalizadas para sectores específicos, como la salud o el comercio electrónico.

- Herramientas de productividad con IA: Aplicaciones que analicen patrones de trabajo y optimicen la gestión del tiempo.

- IA para la sostenibilidad: Soluciones que utilicen algoritmos para optimizar el uso de recursos en agricultura, energía y logística.

2. Economía Circular y Sostenibilidad

El cambio climático y la conciencia ambiental están impulsando negocios centrados en la sostenibilidad. Las startups que adopten la economía circular tienen el potencial de destacar. Algunas ideas son:

- Reciclaje creativo: Diseño y venta de productos hechos a partir de materiales reciclados.

- Plataformas de intercambio: Apps que faciliten el intercambio de ropa, muebles u otros artículos de segunda mano.

- Consultorías en sostenibilidad: Servicios para empresas que busquen reducir su huella de carbono.

3. Tecnología aplicada a la salud y el bienestar

La pandemia destacó la importancia de la salud digital, y esta tendencia seguirá en auge.

- Telemedicina especializada: Crear plataformas que conecten a pacientes con especialistas en áreas poco comunes.

- Wearables para salud mental: Equipos que monitoricen niveles de estrés y recomienden técnicas de relajación.

- Nutrición personalizada: Servicios basados en pruebas de ADN para ofrecer planes alimenticios individualizados.

4. Educación en la Era Digital

El aprendizaje en línea sigue siendo una industria en crecimiento, especialmente en áreas como:

- Cursos de habilidades tecnológicas: Enseñar programación, diseño UX/UI o análisis de datos.

- Plataformas de microaprendizaje: Apps que ofrezcan lecciones rápidas y concisas para aprender sobre temas específicos.

- Coaching personalizado: Combinar inteligencia artificial con coaching humano para crear experiencias únicas de aprendizaje.

5. Experiencias en el Metaverso

El metaverso promete ser una de las áreas más emocionantes para los emprendedores en 2025. Ideas interesantes incluyen:

- Tiendas virtuales: Diseñar experiencias de compra inmersivas en entornos virtuales.

- Eventos y conferencias en el metaverso: Organizar reuniones, conciertos o ferias virtuales.

- Diseño de activos digitales: Crear y vender elementos como ropa digital, arte NFT o espacios virtuales.

6. Servicios para el Envejecimiento de la Población

El envejecimiento de la población mundial genera una demanda creciente de productos y servicios para adultos mayores.

- Tecnología accesible: Diseño de dispositivos y apps intuitivas para personas mayores.

- Comunidades de cohousing: Espacios donde adultos mayores puedan vivir de manera independiente pero con soporte compartido.

- Servicios de bienestar: Actividades de fitness, yoga o mindfulness adaptadas a esta población.

7. Alimentación y Agricultura del Futuro

La seguridad alimentaria y las preferencias por opciones saludables están remodelando la industria alimentaria.

- Proteínas alternativas: Producción de alimentos basados en insectos, algas o carne de laboratorio.

- Agricultura vertical: Cultivos en entornos urbanos



utilizando tecnología hidropónica.

- Snacks funcionales: Comidas rápidas enriquecidas con nutrientes específicos para mejorar la salud.

8. Servicios Financieros Digitales

Con el auge de las fintech, 2025 es un año clave para innovar en este espacio.

- Plataformas de inversión accesible: Apps que permitan a los usuarios aprender e invertir fácilmente.
- Soluciones de criptoahorro: Servicios que combinen criptomonedas con el ahorro tradicional.
- Educación financiera: Programas para mejorar la alfabetización financiera de jóvenes y adultos.

9. Entretenimiento y Creatividad

El deseo de experiencias únicas y contenidos atractivos impulsa nuevas ideas en esta industria.

- Realidad aumentada para el turismo: Apps que mejoren la experiencia de los viajeros con información interactiva en tiempo real.
- Producción de contenido personalizado: Servicios que utilicen IA para crear videos o música adaptados a los gustos del usuario.

- Plataformas para creadores: Espacios donde artistas y escritores puedan monetizar sus proyectos.

10. Logística y Comercio Electrónico

El comercio electrónico sigue creciendo, y con ello, las oportunidades en logística y distribución.

- Soluciones de última milla: Entregas rápidas y sostenibles en zonas urbanas.
- Tiendas de nicho: E-commerce especializado en productos únicos o de ediciones limitadas.
- Empaques sostenibles: Diseño de opciones de embalaje ecológicas y funcionales.

El 2025 ofrece un panorama vibrante para emprendedores que estén dispuestos a innovar y adaptarse a los cambios globales. Desde tecnologías disruptivas hasta enfoques sostenibles, las oportunidades son inmensas para quienes se atrevan a explorar nuevas fronteras. La clave está en identificar tendencias, comprender las necesidades de los consumidores y actuar con valentía para convertir ideas en negocios exitosos. ¡El futuro pertenece a quienes lo construyen hoy!

MOMENTO PARA AGRADECER

REFLEXIÓN DE FIN DE AÑO

Doris Cayo

Coach / Alquimia Consultores.



El cierre de un año siempre trae consigo una mezcla de emociones: la satisfacción de los logros alcanzados, las lecciones aprendidas y la expectativa de lo que está por venir.

Diciembre se convierte en un mes propicio para hacer una pausa, reflexionar sobre el camino recorrido en los últimos doce meses y proyectar un futuro lleno de posibilidades. Este ejercicio no solo nos permite mirar hacia atrás con gratitud, sino también hacia adelante con renovada determinación.

Un Año de Desafíos y Aprendizajes

Cada año presenta sus propios retos, y el 2024 no fue la excepción. Probablemente, todos hemos enfrentado situaciones inesperadas, cambios que demandaron adaptación y momentos de incertidumbre en los distintos roles que desempeñamos. Sin embargo, también hemos tenido la oportunidad de descubrir que, con trabajo, perseverancia y una actitud positiva, es posible transformar los desafíos en valiosas oportunidades.

Cada proyecto completado, cada meta alcanzada y cada idea innovadora son testimonio de nuestra capacidad para superar obstáculos y avanzar.

Estos logros, por pequeños que parezcan, merecen ser celebrados, pues son el resultado de esfuerzo, dedicación y la colaboración de quienes nos rodean.

El Verdadero Valor del Camino Recorrido

En esta época de reflexión, también es importante recordar que el éxito no se mide exclusivamente en términos de productividad o rentabilidad, sino también en el impacto positivo que generamos en nuestro entorno.

Durante este año, hemos aprendido que construir relaciones sólidas y significativas es tan valioso como alcanzar las metas personales o profesionales.

Escuchar, apoyar y trabajar en conjunto son acciones que enriquecen nuestras vidas y las de quienes nos acompañan.

La verdadera riqueza radica en las conexiones humanas, en el tiempo compartido con la familia, los amigos y los compañeros de trabajo. Estos momentos de interacción y construcción conjunta son los que nos impulsan a seguir adelante y dan sentido a nuestros esfuerzos.

Mirando Hacia el Futuro

El inicio de un nuevo año trae consigo un sinfín de posibilidades, metas por alcanzar y sueños por realizar. Es un recordatorio de que cada día es una nueva oportunidad para aprender, crecer y avanzar en el camino hacia nuestras aspiraciones.

Confiamos en que, con la misma actitud y compromiso que nos permitieron superar los desafíos del 2024, podremos afrontar las metas del 2025 con energía renovada. Hagamos de este nuevo ciclo una etapa para consolidar nuestros logros, aprender de nuestros errores y seguir dejando una huella positiva en nuestro entorno.

Un Deseo de Esperanza y Prosperidad

Desde este espacio, deseo a cada uno de ustedes un 2025 lleno de oportunidades, éxitos y momentos inolvidables.

Que cada reto que enfrentemos se convierta en un paso hacia el crecimiento, y que cada logro sea un motivo para celebrar juntos.

Sigamos adelante con confianza, energía y una visión clara de lo que queremos alcanzar. El futuro está lleno de posibilidades, y juntos podemos construir un camino aún más prometedor.

¡Feliz año nuevo! Que este sea el inicio de una etapa extraordinaria para todos.





La
Casa
de las
Tejas



Rosalía

Tradición desde 1932

Urb. Palazuelos F'l, Av Fernando León Arechua,
frente a la unidad vecinal

Parrillas

Almuerzos

Desayunos

Contamos con
Delivery a todo lca

 **919 295 046**

 **La Angostura - La Angostura E -27
(Entrada de la Angostura)**

TENDENCIAS 2025

EL NUEVO CAMINO EN REDES SOCIALES

Carlos Preciado

Consultor en marketing digital, posicionamiento SEO y SEM



Las redes sociales están en constante transformación, y 2025 promete ser un año revolucionario para quienes vivimos y trabajamos en el mundo digital. Si te dedicas al marketing, gestionas una marca o simplemente quieres entender hacia dónde van las tendencias, aquí te explico lo que marcará el camino en redes sociales este año. Prepara tu café y toma nota, porque no querrás quedarte atrás.

Autenticidad por encima de todo

La autenticidad no es nueva, pero en 2025 será el pilar de las estrategias exitosas. Los usuarios buscan conexiones reales con las marcas y rechazan lo artificial. Es momento de dejar atrás los filtros excesivos y el contenido “demasiado perfecto”.

Cómo adaptar tu marca a esta tendencia:

1. Crea historias genuinas: Usa Instagram Stories o TikTok para mostrar momentos del día a día de tu equipo.
2. Muéstrate vulnerable: Habla de tus logros, pero también de los retos que enfrentas como marca.
3. Dale voz a tus clientes: Promueve reseñas reales y comparte su experiencia.

Acción clave: Haz un calendario de contenido que incluya testimonios reales, “behind-the-scenes” y videos sin tanto retoque. La gente quiere ver la parte humana de tu marca.

Videos cortos y ¡más interactivos que nunca!

El formato de videos cortos sigue creciendo y no parece detenerse. En 2025, plataformas como TikTok, Instagram Reels y YouTube Shorts liderarán la atención de los usuarios. Pero no se trata solo de crear videos, sino de hacerlos interactivos.

Tendencias dentro de los videos:

- Encuestas en tiempo real: Usa stickers de encuestas en Instagram o comentarios interactivos en TikTok.
- ¿Educativo? Mejor si es rápido: Párate en tu nicho y crea tutoriales en menos de 60 segundos.
- Historias fragmentadas: Crea series en TikTok o YouTube Shorts que dejen a los usuarios esperando el siguiente capítulo.

Acción clave: Si aún no has empezado a experimentar con estos formatos, abre TikTok y prueba a subir

videos cortos cada semana. Asegúrate de responder a los comentarios para fomentar la interacción.

La inteligencia artificial en redes sociales

La inteligencia artificial (IA) está marcando tendencia, no solo en contenido, sino también en cómo interactúan las marcas con los usuarios.

Aplicaciones clave de la IA en redes sociales:

- Generación de contenido: Herramientas como ChatGPT pueden ayudarte a crear copy para publicaciones y campañas.
- Análisis predictivo: Plataformas como Metricool o Hootsuite ya incorporan IA para predecir qué contenido puede ser más exitoso.
- Atención automatizada: Los chatbots con IA ofrecen respuestas rápidas y personalizadas en Messenger, WhatsApp y otras plataformas.

Acción clave: Explora herramientas de IA que puedan ayudarte a optimizar procesos. Dedicar tiempo para aprender a usarlas de manera estratégica.

Cómo preparar tu estrategia para 2025

¡No basta con saber las tendencias! Necesitas un plan claro para implementarlas. Te dejo un listado de pasos para asegurarte de que tu estrategia de redes sociales esté lista:

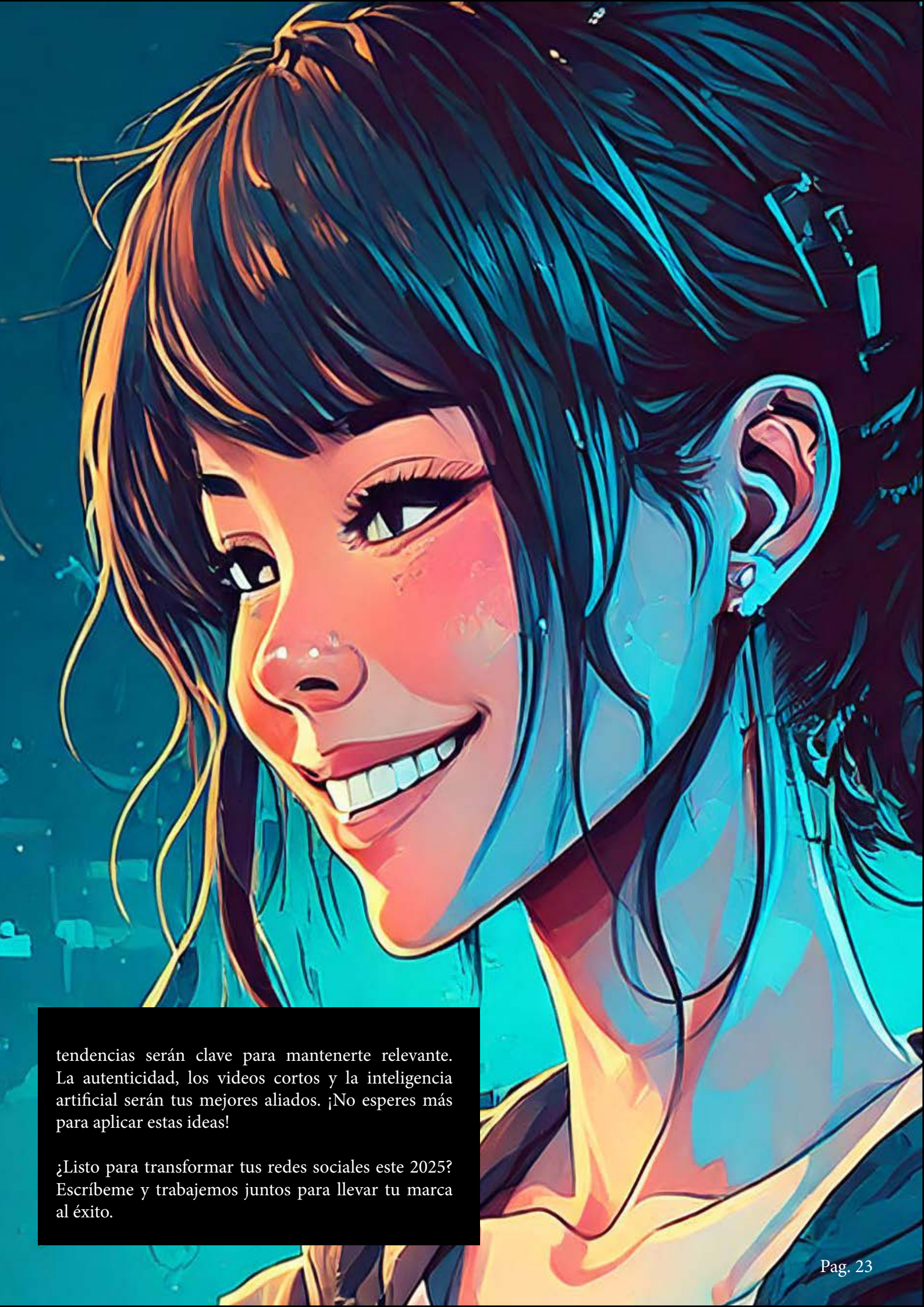
Pasos para triunfar en redes en 2025

1. Audita tu contenido actual: Analiza qué publicaciones están funcionando y cuáles no.
2. Haz un calendario editorial: Incluye contenido auténtico, videos cortos e interactivos.
3. Invierte en herramientas de IA: Asegúrate de usar plataformas que optimicen tu tiempo.
4. Conecta con tu audiencia: Responde mensajes, haz encuestas y prioriza el diálogo real.
5. Mide tus resultados: Usa herramientas como Google Analytics o Metricool para evaluar qué estrategias están funcionando.

Acción clave: Dedicar al menos una hora semanal para evaluar qué contenido conectará mejor con tu público.

Prepárate para el futuro

Las redes sociales en 2025 nos desafían a ser más creativos, humanos y estratégicos. Ya sea que estés comenzando o tengas años en el juego, estas



tendencias serán clave para mantenerte relevante. La autenticidad, los videos cortos y la inteligencia artificial serán tus mejores aliados. ¡No esperes más para aplicar estas ideas!

¿Listo para transformar tus redes sociales este 2025? Escríbeme y trabajemos juntos para llevar tu marca al éxito.

7 CONSEJOS LEGALES

PARA MEJORAR LA GESTIÓN EMPRESARIAL 2025

José Martín Cuéllar Fernández

Abogado Laboralista y Doctor en Ciencias Empresariales



Tener experiencia como asesor jurídico de empleadores y trabajadores en el sector privado, me permite brindar algunos consejos legales para el ser humano que ocupa el puesto de gerente de gestión humana (anteriormente llamado recursos humanos) en las diferentes empresas que funcionan en el Perú.

1.- Por más que ocupen cargos de dirección (confianza), no cometan el error, de sentirse intocables o autosuficientes por el hecho de haber llegado al puesto más importante (y responsable) en materia de gestión de personas en la corporación.

Está bien sentir orgullo laboral pero tomando conciencia que usted, sigue siendo un colaborador o colaboradora con los mismos deberes y derechos que sus demás compañeros de trabajo, con la diferencia, de poseer actitudes y aptitudes específicas que su puesto demanda, según el tipo de organización empresarial y el contexto socio económico local, nacional e internacional.

2.- No prescindan del rol de los asesores jurídicos de la empresa, sean internos o externos. Las contingencias legales laborales se gestan al interior de la empresa, cuando no se cumplen las políticas de la corporación, sobre todo las políticas relacionadas como el personal de la empresa como, por ejemplo, la política de remuneraciones, etc.

3.- Cuando administres justicia en nombre del empleador, hazlo no solamente tomando en cuenta el contrato de trabajo y las normas legales. Revisa el código de ética de la empresa para comprobar que tu conducta como Gerente de Gestión Humana cumple con las normas éticas de la corporación. De cumplirlo, te sugiero después analices la conducta del trabajador involucrado desde la perspectiva de la ética.

4.- Gestiona bien tus emociones, que tu lengua no vaya más rápido que tu cerebro. No te aconsejo ser

cient por ciento racional pero, de vez en cuando, analízate y busca el equilibrio entre lo emocional y lo racional. “Humaniza” las relaciones y comunicaciones en tu organización desde tu área y con la ayuda de otros actores dentro y fuera de la empresa.

5.- No renuncies a tus ideales y valores, los mismos que pueden estar alineados a la ética empresarial de tu centro de trabajo.

Sabemos que uno de los retos que tenemos que asumir es convencer de nuestras propuestas a la Gerencia Financiera, buscando el equilibrio entre lo cuantitativo y lo cualitativo en el contexto actual.

6.- Se fuerte ante las injusticias que podrías experimentar en tu puesto. A pesar de tu buen desempeño, las nuevas políticas y cambios en la alta dirección, pueden llevarte a defender tus derechos y beneficios sociales a nivel administrativo (SUNAFIL) y/o judicial (Juzgados Laborales).

7.- En caso tengas conflicto laboral con tu empleador, no te apoyes en los asesores jurídicos de la empresa, ni en sus recomendados. Evita confiar en personas que claramente van a tener un “conflicto de intereses”.

Opta por contratar los servicios de abogados laboralistas y/o empresariales con habilidad para las negociaciones a distintos niveles. Empieza por un diagnóstico y colabora con la estrategia de tu abogado defensor.

Que este nuevo año 2025, sea el punto de partida, para humanizar (evolucionar) el pensamiento y toma de decisiones de todos los que conforman las áreas de gestión de personas en las empresas, principalmente de los Señores y Señoras Gerente Corporativo de RRHH.



FINANZAS PERSONALES

SE EFICIENTE CON TU GESTIÓN ESTE 2025

Juan Carlos Lima

CEO Grupo Lima



La palabra “finanzas” como tal hace referencia a una rama de la economía que estudia las transacciones y la administración del dinero y de los bienes, tanto de las empresas, como de los gobiernos e individuos. En línea con esta definición, no sólo las empresas se tienen que preocupar de sus finanzas, sino que también deben hacerlo los individuos.

Es en este punto en el que nos queremos detener, ya que es aquí donde entran en juego las finanzas personales. Con este término nos estamos refiriendo a la gestión y administración del dinero y bienes por parte de un individuo o de toda una familia. Es decir, la administración de los ingresos, gastos, fondos de ahorro, bienes inmuebles, muebles, seguros, créditos, inversiones, etc.

Por lo tanto, si quieres administrar tu dinero de forma óptima, es necesario que seas consciente de todo el dinero que entra y sale de tu bolsillo, es decir, de tu nómina, los bonus, el dinero que obtienes por rentas, los dividendos que te llegan, así como de las deudas, los seguros, etc.

Pero las finanzas personales van más allá. Además de saber exactamente todo lo que ingresas y gastas, debes administrar tus recursos adecuadamente para poder cumplir con los objetivos que te marques en la vida, tanto a corto, a medio como a largo plazo.

¿Para qué sirven las finanzas personales?

Cuando consigas administrar tus recursos de una forma óptima, vivirás mucho más tranquilo, ya que contarás en todo momento con el dinero que necesites. Serás consciente de tu situación económica actual, y esto te permitirá tomar decisiones alineadas con tus objetivos a medio y largo plazo. Aunque tampoco se trata de que te vuelvas loco, sino de que asumas el control de tus recursos.

De hecho, si gestionas adecuadamente tu dinero, puedes llegar a multiplicar tus ingresos. Pero para ello, debes tener claros tus propósitos en la vida, tanto

en el ámbito familiar como personal (tendrás que ser consciente de los gastos familiares en relación con la alimentación, vestuario, la formación de tus hijos, el transporte, el ocio, prever un ahorro para imprevistos, etc.).

Esto no se acaba aquí. También debes ser consciente de tus planes a largo plazo, como la realización de ciertas inversiones para obtener rendimientos en un futuro, contar con ingresos para el momento de la jubilación, la compra de bienes inmuebles para obtener rentas, etc.

De esta manera, podrás definir cuáles son tus prioridades y necesidades de consumo, tanto las tuyas personales como las de tu familia. Así, serás capaz de disminuir los gastos innecesarios que puedan comprometer, de cierta manera, tus objetivos.

Es importante que tengas claro que no es necesario tener mucho dinero para empezar a administrar tus recursos correctamente. La gestión de las finanzas personales es importante para todo el mundo.

Consejos clave para empezar:

- Conoce tu situación financiera: Calcula cuánto ingresas y cuánto gastas.
- Gasta menos de lo que ganas: Esto te permitirá ahorrar e invertir.
- Define objetivos de ahorro: Ambiciosos pero alcanzables, alineados a tus metas.
- Diseña un presupuesto: Así vivirás dentro de tus posibilidades.

Hasta aquí hemos visto qué son las finanzas personales y cómo pueden convertirse en un pilar esencial para lograr estabilidad y tranquilidad financiera. En la próxima entrega, profundizaremos en consejos prácticos que te ayudarán a llevar una gestión financiera más eficiente. ¡No te lo pierdas!





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 🏐🏀

Ciclovía 🚲♂️

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





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.

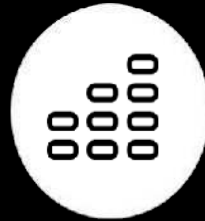
Construye su estrategia sobre estas bases y asegura una ejecución impecable, con enfoque en las ventas y fidelización del cliente. Esta ejecución se asegura con una cultura poderosa.



Asesoramiento
empresarial



Investigación
de mercado



Elaboración de
instrumentos

NUESTROS SERVICIOS

VINO - ANÁLISIS DE COMPRA

UNA INVESTIGACIÓN DEL CONSUMIDOR EN LIMA

Alan Watkin

Especialista en Agroturismo



El presente trabajo tiene como objetivo estudiar el comportamiento de compra del consumidor limeño, respecto a sus preferencias en el consumo de vino peruano desde la identificación de rasgos del mercado hasta las características distintivas en el proceso de consumo de vinos secos peruanos a través de la decisión de compra. Es decir, se busca establecer cuáles son los atributos que pueden mover la decisión de compra y consumo en que el consumidor limeño se decante por la propuesta de valor en un escenario de competencia internacional. Además, la investigación también pretende brindar información relevante a los productores, para que puedan afinar sus planes de marketing, estrategias de ventas, promociones, así como a los proveedores, información estadística necesaria para sus decisiones de negocio. El conocimiento que tiene el consumidor sobre el vino, especialmente el vino peruano, y cómo éste incide en el proceso de compra, existe una fuente potencial de ventajas que se pueden lograr para la empresa peruana al aportar información relevante, oportuna y útil para la toma de decisiones. Decisiones eficientes, en este escenario es importante resaltar que el principal proveedor fue la oferta internacional, sin embargo el crecimiento de la oferta de vino desarrollado dentro de las fronteras no solo se ha evidenciado por un mayor número de marcas sino principalmente por una mejor calidad, resaltando también interesantes estrategias de marketing, en la publicidad que en su primera etapa, con el fin de informar, a lo largo del periodo de estudio se evidencian cambios en las características del público objetivo, el tipo de consumo y la propuesta de valor. (Involucramiento del consumidor con la denominación de origen Navarra del vino y nuevas tendencias, Mikel Burgui Erice). Para culminar este estudio, se procederá mediante el uso de herramientas estadísticas (análisis univariado y bivariado con el programa SPSS) a redactar los resultados del trabajo de campo, analizando los datos, se pretende llegar a hallazgos relevantes que cumplan con los objetivos del estudio. Esta investigación tiene como principal propósito contribuir al conocimiento del mercado vitivinícola peruano a partir de la identificación del comportamiento de consumo del vino peruano y las características del proceso de compra, lo que puede favorecer estrategias que permitan la aceleración del

Pag. 30

mercado interno y/o externo.

En consonancia con esta evolución económica y siendo el Perú un país con una tradición vitivinícola relativamente reciente (tanto en términos de consumo como de producción), el consumo de vino ha atravesado un cierto proceso de democratización. De esta manera, mientras en la década de los 90 y primeros años de la década del 2000, el consumo de vino estaba asociado exclusivamente a los hogares enmarcados en los NSE A y B (que representaban alrededor del 9% del total del país), actualmente existe y una cierta demanda de este tipo de productos en el nivel C (que representa alrededor del 30% de la población total del país).

El mercado del vino en el Perú es atractivo no sólo por las cifras de comercio exterior, sino principalmente por una mayor participación de marcas nacionales y el crecimiento del consumo dentro de las bebidas alcohólicas como se describió anteriormente.

En el caso del vino peruano, las mayores ventas se registran en los vinos dulces; sin embargo, los vinos secos nacionales están experimentando un importante crecimiento gracias a que el consumidor vuelve a confiar en ellos y esto ha motivado el aumento de etiquetas de marcas más locales. A pesar de la espectacular evolución del sector en las últimas décadas, las cifras de consumo de vino per cápita en Perú son aún muy bajas en comparación con otros países de la región, muchos de ellos con una mayor cultura vitivinícola, situándose en torno a los tres litros per cápita. A todo esto, hay que sumar que el país sigue contando con una fuerte tradición cervecera, principal bebida sustitutiva del vino, habiéndose alcanzado un consumo de 46 litros por persona en el último año.

El volumen total de ventas aumenta constantemente durante el período de pronóstico.

Se espera que las ventas sigan creciendo en el período de pronóstico, para todos los vinos, impulsadas por una mayor relevancia del canal on-trade. El canal on-trade ha mostrado un crecimiento acelerado desde 2022, con los consumidores buscando y eligiendo vino para más ocasiones. También se pronostica una mejora en la producción, dada la recuperación de la cosecha estimada por las empresas locales.





Finalmente, el aumento de la educación en torno al vino seguirá atrayendo a los consumidores al panorama, especialmente a los consumidores adultos más jóvenes a medida que comienzan a experimentar y disfrutar de los sabores del vino. Esto

será un impulso para el panorama a medida que más consumidores prueben nuevas variedades, marcas y vinos de regiones no convencionales en el mercado peruano, como Francia, EE. UU., Alemania.



TIP EMPRESA

DIRECTOR: Raul Salgado

EDITOR: Julio Ortiz

COLABORACION ESPECIAL:

- Oscar Chuquillin
- Aldo Benavides
- Alejandro Castro.
- Doris Cayo
- Carlos Preciado
- Martín Cuellar
- Juan Carlos Lima
- Alan Watkin

