

TIP EMPRESA

LA REVISTA ESPECIALIZADA EN EL EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI

Nº 44 Mayo 2025

MARKETING INTERNO

LA EXPERIENCIA
EN EL TRABAJO

**LA VENTA
SILENCIOSA**
UNA ESTRATEGIA
PODEROSA

**GOOGLE TE
IGNORA**
COMO PODEMOS
SER VISIBLES

IA GENERATIVA Y STARTUPS

UNA REALIDAD AL
ALCANCE DE TODOS

HERRAMIENTAS EMPRESARIALES

OPERACIONES
COMUNICACIÓN
COMERCIAL
FINANZAS



RAÚL
SALGADO

EDITORIAL

Era más sencillo antes. El cliente llegaba, pedía, pagaba, y se iba. Bastaba con ofrecer un producto funcional y una atención cordial para ganarse su fidelidad. Hoy, ese mundo quedó atrás. Vivimos tiempos donde los estándares de calidad del cliente ya no se definen solamente por lo que recibe, sino por cómo lo recibe, por cómo se siente en cada punto de contacto y por lo que representa la marca que elige. Lo que ayer era suficiente, hoy es apenas el punto de partida.

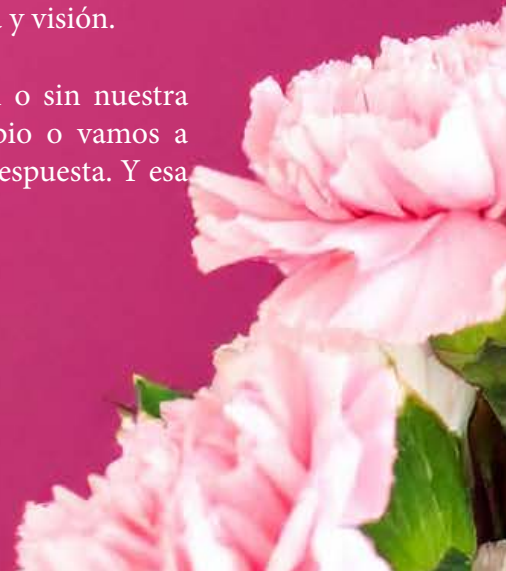
En este nuevo contexto, los clientes no comparan solo entre productos similares, sino entre experiencias. Una persona que vive una compra fluida en una plataforma global, espera lo mismo de su tienda local. Un comensal que recibe atención personalizada en una franquicia internacional, buscará ese mismo nivel de empatía en el restaurante del barrio. La exigencia ha subido, no por capricho, sino porque el mercado está cada vez más conectado, informado y empoderado.

Este cambio en los estándares de calidad tiene varias aristas. Por un lado, el cliente moderno espera inmediatez, claridad y personalización. No quiere esperar innecesariamente, no tolera la ambigüedad y quiere sentirse único. Por otro lado, valora los compromisos éticos de las marcas: quiere saber de dónde viene lo que consume, cómo fue producido y cuál es el impacto que genera. La calidad ya no es solo una propiedad técnica, sino también emocional, social y ambiental. La experiencia completa importa.

Para los emprendedores de la región, este cambio representa un llamado urgente a la adaptación. Ya no se trata de competir solo en precios o variedad, sino en relevancia. ¿Estamos escuchando lo que el cliente realmente espera? ¿Estamos preparados para responder con rapidez, coherencia y autenticidad? En un entorno tan dinámico como el actual, la calidad no se conserva: se reinventa constantemente.

Reflexionar sobre estos temas no es un ejercicio teórico, es una necesidad práctica. Los emprendedores que quieran perdurar deberán aprender a leer las señales del cliente con más precisión que nunca. Y esas señales están por todos lados: en una reseña digital, en una conversación informal, en una devolución sutil. Escuchar es más valioso que vender. Ajustar es más estratégico que resistir. Innovar no es solo crear cosas nuevas, sino mejorar lo que ya hacemos con más empatía y visión.

Los estándares de calidad del cliente seguirán evolucionando, con o sin nuestra aprobación. La pregunta clave es: ¿vamos a acompañar ese cambio o vamos a ignorarlo? Cada decisión, por pequeña que parezca, construye una respuesta. Y esa respuesta determinará si seguimos siendo opción... o solo recuerdo.







CONTENIDOS

MARKETING INTERNO

06

Cuando un colaborador se siente valorado, comprendido y motivado, no solo cumple sus funciones, las transforma.

GOOGLE TE ESTÁ IGNORANDO

10

¿Por qué nadie entra a mi página web? Y la respuesta es simple, pero dolorosa: Google te está ignorando.

COMPENSACIONES PARA LA GENERACIÓN Z EN EL PERÚ

12

La Generación Z en Perú representa aproximadamente el 20% del mercado laboral de Perú y las empresas han empezado a crear políticas para ellos.

EL IMPACTO DE LA EN LAS OFICINAS MODERNAS

16

En las últimas décadas, las oficinas han sido epicentro de avances tecnológicos que han buscado optimizar el trabajo humano

IA GENERATIVA Y STARTUPS

18

La inteligencia artificial ya no es solo una promesa tecnológica distante; es una realidad tangible que transforma el día a día .

MOTIVACIÓN Y REFLEXIÓN EN LOS COLABORADORES

20

En el entorno del retail, las mini reuniones antes de iniciar el día —aunque duren solo entre 5 y 15 minutos— tienen un valor enorme.

LA VENTA SILENCIOSA

24

En el mundo actual la venta silenciosa se posiciona como una estrategia altamente efectiva. Descúbrela.

DESAFIOS Y RETOS DE LA IA EN LOS UNIVERSITARIOS

26

La inteligencia artificial (IA) ha emergido como una herramienta transformadora en la educación superior

AUTONOMIA PARA VIVIR

28

La familia es un sistema emocional y biológico interconectado, donde las emociones y las historias familiares se transmiten por generaciones.

ENTREVISTA: ANGEL VALDEZ

32

Angel, es un profesional que cuenta con más de 36 años de experiencia como ingeniero. Descubre su historia.

EDICIONES ANTERIORES



MARKETING INTERNO

LA GESTIÓN DE EXPERIENCIA EN EL TRABAJO

Raúl Salgado

CEO Salgado Consultores.



En el palpitante silencioso de toda empresa, late una verdad esencial: los trabajadores no solo sostienen el negocio, lo humanizan. En el mundo del emprendimiento, donde cada recurso cuenta y cada decisión impacta directamente en los resultados, la gestión de la experiencia del cliente interno —más conocida como endomarketing— emerge como un pilar estratégico para el éxito sostenible. Y no se trata de una moda pasajera, sino de una forma inteligente y profundamente humana de construir valor.

Cuando un colaborador se siente valorado, comprendido y motivado, no solo cumple sus funciones, las transforma. Una sonrisa se convierte en un gesto de hospitalidad; una entrega a tiempo, en una promesa cumplida; un comentario positivo, en una semilla de lealtad. El cliente externo siempre percibe lo que ocurre detrás de escena. Y ese “detrás” empieza con los empleados.

El endomarketing se basa en tratar al trabajador como al primer cliente. Esto significa escuchar sus necesidades, comunicar con claridad, reconocer sus esfuerzos y ofrecerle las herramientas necesarias para brillar. Es cultura, pero también estrategia. Es humanidad, pero también resultados.

Un ejemplo elocuente de cómo la gestión del cliente interno puede impulsar un negocio es Mercadona, la cadena de supermercados líder en España. Durante años, Mercadona ha apostado por una política de recursos humanos basada en la estabilidad laboral, la formación continua y la promoción interna. Su modelo parte de una idea sencilla: trabajadores felices atienden mejor. Por eso, todos los empleados reciben formación intensiva, cuentan con contratos estables y participan activamente en la mejora de los procesos. ¿El resultado? Bajísima rotación laboral y una experiencia de compra reconocida por su calidez y eficiencia. Mercadona ha comprendido que cuidar a su equipo es cuidar su reputación.

En América Latina, la empresa TOTTO —marca colombiana de maletines, mochilas y accesorios— ha desarrollado una cultura organizacional centrada en

el bienestar integral de sus colaboradores. TOTTO invierte en programas de salud emocional, desarrollo personal y balance vida-trabajo. Además, fomenta espacios de innovación colaborativa donde los empleados pueden proponer mejoras en productos y procesos. Este enfoque ha generado un equipo motivado, resiliente y comprometido con la misión de la marca. TOTTO no solo vende mochilas: vende estilo, actitud y una experiencia de compra alimentada por un equipo que cree en lo que hace.

Otro caso inspirador es el de Codelco, la corporación chilena del cobre. Siendo una industria compleja y tradicionalmente rígida, Codelco decidió apostar por el talento humano como ventaja competitiva. Implementaron un programa llamado “Líderes del Futuro”, enfocado en formar líderes dentro de la empresa, con énfasis en valores, comunicación y compromiso. Además, habilitaron canales permanentes de escucha activa, talleres de bienestar y protocolos claros para reconocer logros. En un entorno minero desafiante, han logrado reducir la accidentabilidad, mejorar los indicadores de satisfacción interna y consolidar una identidad corporativa fuerte. Porque incluso bajo tierra, el capital humano es la luz más poderosa.

El endomarketing no es exclusivo de las grandes empresas. Una pequeña empresa de tecnología en Uruguay, llamada Tryolabs, decidió implementar una política de transparencia radical. Comparten con todos sus empleados no solo la estrategia de la empresa, sino también los resultados financieros, los objetivos del mes y las decisiones clave. Esto ha generado un clima de confianza y empoderamiento que se traduce en mayor autonomía y compromiso. Además, ofrecen horarios flexibles, trabajo remoto y formación continua. En un mercado tan competitivo como el de desarrollo de software, Tryolabs ha demostrado que un equipo cuidado es el mejor diferenciador.

Para los emprendedores, esto representa una enorme oportunidad. No se necesitan grandes presupuestos para crear una experiencia significativa para los empleados. Se necesita intención. Se necesita coherencia. Se necesita humanidad.

Un punto de partida poderoso es escuchar activamente. Preguntar cómo se sienten los trabajadores, qué ideas tienen, qué obstáculos enfrentan. Cuando una sugerencia se convierte en una mejora tangible, el colaborador entiende que su voz importa. Y eso cambia todo.

Luego viene la comunicación clara y bidireccional. No se trata solo de dar órdenes o comunicar decisiones, sino de construir un diálogo donde cada miembro del equipo comprenda hacia dónde va la empresa, cuál es su rol en el camino y qué se espera de él. La transparencia genera compromiso.

Otro aspecto esencial es el reconocimiento. Valorar públicamente los aportes, celebrar los logros, agradecer los esfuerzos. Reconocer no es solo premiar: es mirar, es decir “te veo, sé lo que haces, y lo valoro”. Esto refuerza la motivación y el sentido de pertenencia.

La formación continua también es una inversión estratégica. Un equipo que aprende es un equipo que innova. Ya sea con talleres presenciales, capacitaciones virtuales o mentorías internas, el aprendizaje permanente fortalece la confianza y las capacidades del grupo.

No menos importante es el ambiente laboral. Un espacio de trabajo cómodo, limpio y seguro influye directamente en el ánimo. Pero también importa el clima emocional: un lugar donde se fomente el respeto, la colaboración y la empatía es un terreno fértil para la excelencia.

La tecnología, por su parte, puede ser una aliada poderosa. Hoy existen herramientas accesibles que permiten medir la satisfacción interna, detectar puntos de mejora y diseñar intervenciones eficaces.

Pero sobre todo, lo que marca la diferencia es el propósito compartido. Cuando los empleados entienden y comparten el “por qué” de lo que hacen, cuando sienten que su trabajo tiene un impacto real en la vida de las personas, se convierten en los mejores embajadores de la marca. Y esa conexión emocional es más poderosa que cualquier campaña de marketing.

La experiencia del cliente interno no se mide solo en beneficios, salarios o comodidades. Se mide en la sensación de pertenencia, en la posibilidad de crecer, en el orgullo de formar parte de algo valioso. Construir

esa experiencia es, sin duda, uno de los actos más revolucionarios —y rentables— que un emprendedor puede emprender.

En su libro *Menos es más*, Jason Hickel plantea que una economía verdaderamente sostenible no puede sostenerse en estructuras jerárquicas opacas ni en una cultura de competencia interna constante. En cambio, propone una visión donde la transparencia y la colaboración son ejes centrales del desempeño colectivo. Desde esta perspectiva, mantener informados a los trabajadores sobre la marcha del negocio no solo fortalece su sentido de pertenencia, sino que los convierte en participantes activos del rumbo estratégico. La información deja de ser un privilegio de la dirección y se convierte en un recurso compartido que potencia decisiones más alineadas y conscientes.

Hickel cita numerosos ejemplos de cooperativas en Europa, especialmente en Escandinavia, donde todos los trabajadores acceden periódicamente a los informes financieros, a las proyecciones de crecimiento y a las decisiones clave de la empresa. Esta práctica, lejos de generar incertidumbre, fomenta una cultura de responsabilidad compartida. Cuando cada miembro del equipo comprende cómo su trabajo impacta en los resultados y hacia dónde se dirige la empresa, su compromiso se convierte en acción estratégica. La información ya no es poder concentrado, sino confianza distribuida.

Para los pequeños emprendedores, este enfoque es especialmente valioso. No se trata de compartir balances complejos o proyecciones confidenciales, sino de cultivar una cultura donde los objetivos del negocio estén claros para todos, donde los desafíos se enfrenten juntos y donde las ideas no bajen en cascada, sino que fluyan en red. Así como el modelo de crecimiento económico que propone Hickel requiere una transformación de fondo, el éxito empresarial con propósito también exige rediseñar las relaciones internas, desde la horizontalidad, la transparencia y el respeto mutuo. Es allí donde el valor se multiplica sin necesidad de crecer desmesuradamente.

Porque al final del día, una empresa no es solo una estructura. Es una comunidad. Es un sueño compartido. Y ese sueño solo prospera cuando quienes lo construyen se sienten valorados, inspirados y escuchados.



GOOGLE TE ESTÁ IGNORANDO

5 RAZONES POR LAS QUE TU WEB ES INVISIBLE

Carlos Preciado

Consultor en Marketing digital, posicionamiento SEO y SEM



Si has llegado hasta aquí, es porque te has hecho la temida pregunta: **¿Por qué nadie entra a mi página web?** Y la respuesta es simple, pero dolorosa: Google te está ignorando. Así es, el todopoderoso motor de búsqueda ha decidido que tu sitio web no es lo suficientemente relevante, interesante o funcional como para mostrarlo en los primeros resultados. Y en internet, si no estás en la primera página de Google, básicamente no existes.

Pero tranquilo, no todo está perdido. Hoy te voy a contar las 5 razones principales por las que Google ha decidido hacerte la ley del hielo y cómo puedes solucionarlo.

1. TU WEB CARGA MUY LENTO

Si tu página tarda más de 3 segundos en cargar, felicidades: has perdido al 70% de los visitantes potenciales. A Google le importa la velocidad porque los usuarios son impacientes (y con razón). Nadie quiere esperar a que cargue una página en pleno 2025. **¿Cómo acelerar tu web y evitar que los usuarios huyan?**

- Optimiza las imágenes:** Sube archivos livianos, usa formatos como WebP y comprímelos antes de subirlos.
- Activa la caché:** Permite que las páginas se carguen más rápido a los usuarios recurrentes.
- Usa un buen hosting:** No escatimes en calidad. Un hosting barato puede salir caro si tu web es lenta.
- Minimiza el código:** Reduce el uso de JavaScript y CSS innecesarios.

2. TU CONTENIDO ES TAN ABURRIDO QUE NI GOOGLE QUIERE LEERLO

Si tu página está llena de textos genéricos, repetitivos y sin valor, Google simplemente no la va a mostrar. Los motores de búsqueda aman el contenido único, informativo y atractivo.

¿Cómo escribir contenido que Google adore?

- Responde preguntas reales:** Investiga qué buscan los usuarios y dales respuestas claras y completas.
- Usa palabras clave de forma natural:** No sobrecargues tu texto con “trucos SEO” anticuados.
- Agrega formatos atractivos:** Usa listas, subtítulos, imágenes y videos para hacerlo más digerible.
- Publica contenido actualizado:** Google premia las webs que se mantienen frescas y relevantes.

3. TU WEB NO ESTÁ OPTIMIZADA PARA MÓVILES

Si tu página se ve horrible en un teléfono, Google te va a castigar. Hoy en día, más del 80% de las búsquedas se hacen desde dispositivos móviles, y si tu web no es “responsive”, estás perdiendo una cantidad absurda de tráfico.

¿Cómo hacer que tu web sea amigable con los móviles?

- Usa diseño responsive:** Asegúrate de que tu sitio se adapte a cualquier pantalla.
- Evita pop-ups invasivos:** Google penaliza las webs que usan pop-ups molestos en móviles.
- Optimiza los botones y textos:** Todo debe ser fácil de leer y de presionar sin errores.

4. NO TIENES ENLACES (O LOS QUE TIENES SON BASURA)

Los enlaces son el “voto de confianza” en internet. Si otras webs relevantes enlazan a la tuya, Google asumirá que eres importante. Pero si tus backlinks son de sitios dudosos, prepárate para que te bajen el ranking.

¿Cómo conseguir enlaces de calidad?

- Crea contenido que valga la pena enlazar:** Guías, estudios, infografías.
- Colabora con otros sitios y blogs:** Guest posting y entrevistas.
- Evita comprar enlaces:** Google puede penalizarte por ello.

5. TU SEO ES TAN BÁSICO QUE GOOGLE NI LO NOTA

Si no optimizas tu web para los motores de búsqueda, no esperes que aparezca en los resultados. Google necesita señales claras para saber de qué trata tu página y a quién debe mostrársela.

Checklist rápido para mejorar tu SEO:

- Títulos y descripciones atractivos con palabras clave.
 - URLs limpias y amigables (sin códigos raros o números innecesarios).
 - Uso correcto de etiquetas H1, H2 y H3.
 - Imágenes con texto alternativo (alt text).
- ¡Hora de actuar!

Si tu web no está en Google, no existe. Pero no te preocupes, ahora ya sabes cuáles son los errores y cómo solucionarlos.



¿Quieres que te ayude a darle un buen empujón a tu SEO y a aparecer en los primeros resultados? Contáctame y hagamos que Google por fin te tome en serio.

COMPENSACIONES

PARA LA GENERACIÓN Z EN EL PERÚ

Magaly Leiva

Especialista en remuneraciones



La Generación Z en Perú representa aproximadamente el 20% del mercado laboral de Perú, esta generación se caracteriza por ser nativa digital, buscan equidad, bienestar mental, aprendizaje constante y prefieren trabajar en empresas que sean socialmente responsables y con una amplia gama de políticas de compensaciones flexibles. Adicionalmente, se estima que el 65% de esta Generación cesa de sus trabajos dentro del primer año de trabajo.

Por ello es que las empresas en Perú han empezado a implementar Políticas de Compensaciones que incluyan beneficios monetarios y no monetarios como por ejemplo:

- **Trabajo Híbrido u horario flexible:** Implica que una parte de la jornada laboral semanal la hacen desde casa y otra es en oficina o que no se ciñan a un horario de trabajo rígido, es decir, trabajan por objetivos, dentro de este grupo de beneficios también podrían aplicar las Horas de permiso por casos o fechas especiales como cumpleaños, matrimonio, atención médica de los padres y/o hijos.

Esto permite a los trabajadores ahorrar tiempo y evitar el stress por el tráfico diario además que con este beneficio las personas pueden equilibrar más su vida laboral y personal.

- **Planes de Salud:** Ya desde hace años muchas empresas ofrecen a sus trabajadores planes de salud mediante Entidades Prestadoras de Salud (EPS) tanto para ellos como para su familia, no solo para quienes tienen hijos, sino que pueden ampliar la cobertura hasta a los padres, en algunos casos la empresa asume un porcentaje de esta EPS. También pueden implementar programas de salud mental, masajes, pausas activas, activaciones de productos saludables o charlas asociadas a nutrición.

- **Reconocimiento constante:** La Generación Z valora altamente que su trabajo y esfuerzo sean reconocidos de manera frecuente y significativa. Este reconocimiento puede ser económico o también puede tomar formas no monetarias, como menciones públicas en reuniones, correos de felicitación o sistemas internos de reconocimiento entre colaboradores.

- **Capacitación Constante:** La Generación Z valora el aprendizaje continuo como parte esencial de su desarrollo profesional. Esta generación se

siente motivada cuando las empresas les brindan oportunidades reales de crecimiento y actualización. Por ello, es fundamental ofrecer programas de capacitación adaptados a sus intereses y al entorno laboral cambiante. Algunas acciones efectivas incluyen sesiones de retroalimentación periódica tipo One to One, acceso a plataformas de aprendizaje digital, cursos técnicos especializados (como Power BI, Power Automate o herramientas de análisis de datos), así como programas de idiomas. Este enfoque no solo fortalece sus competencias, sino que también aumenta su sentido de pertenencia y compromiso con la organización.

- **Valores Sociales:** Genera un impacto positivo en los trabajadores que las empresas asuman una responsabilidad social activa basada en valores de inclusión, equidad y cuidado del medio ambiente. Por ejemplo: algunas empresas han tomado la iniciativa de generar espacios como el estacionamiento para bicicletas y así evitar la contaminación del aire, también promueven voluntariados para hacer ayuda social a orfanatos, hospitales, asilos, etc. En Perú, algunas empresas que se encuentran dentro de Great Place to Work, han aplicado lo que conocemos como “Obras por impuestos” que ayuda a las comunidades a tener mejores hospitales, escuelas o carreteras.

- **Beneficios especiales para las familias:** Además, para fomentar la fidelización del talento intergeneracional, algunas empresas ofrecen beneficios especiales a colaboradores de la generación X, cuyos hijos pertenecen a la generación Z, entre estos destacan: semi becas para estudios superiores a los hijos, así también les dan la oportunidad de realizar sus prácticas en la misma empresa.

Otro beneficio que se está aplicando actualmente es que para las nuevas Madres que están terminando su periodo de subsidio por maternidad, les brindan la facilidad de realizar teletrabajo por un periodo superior a 3 meses, lo que les permite adaptarse a su nueva vida familiar y equilibrarla con lo laboral.

La Generación Z está transformando el mundo laboral en Perú, y las empresas que deseen atraer y retener su talento deben adaptarse a sus nuevas expectativas. Las compensaciones ya no pueden limitarse al aspecto económico; deben incluir beneficios que promuevan



el bienestar integral, el aprendizaje constante y el compromiso social. En un entorno laboral competitivo y en constante cambio, las organizaciones que apuesten por políticas flexibles, inclusivas y orientadas al propósito no solo lograrán reducir la rotación, sino también construir una cultura laboral sólida, alineada con las necesidades de una generación que busca mucho más que un empleo: busca un lugar donde pueda crecer, aportar y sentirse valorada.

LVL DRINK

NUTRITION

Los suplementos **perfectos**, con
los beneficios **correctos**





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 🏀 🏈

Ciclovia 🚲

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



EL IMPACTO DE LA IA

EN LA PRODUCTIVIDAD EN LAS OFICINAS MODERNAS

Raúl Martín Ravello Huamán

Especialista en Sistemas de Calidad y Productividad



En las últimas décadas, las oficinas han sido epicentro de avances tecnológicos que han buscado optimizar el trabajo humano. La llegada de la inteligencia artificial representa un punto de inflexión: más allá de automatizar tareas, ahora las tecnologías pueden aprender, adaptarse y tomar decisiones en menos tiempo. Esto ha redefinido el concepto mismo de productividad en los entornos de oficina, desde tareas administrativas hasta análisis complejos de datos.

Hoy en día, herramientas basadas en IA se están integrando en plataformas de uso cotidiano como Microsoft 365, Google Workspace, Slack o Notion. Estas soluciones potencian totalmente la eficiencia de los equipos, facilitando la comunicación y permiten un enfoque más estratégico del tiempo.

En los entornos de oficina, las aplicaciones de la IA más comunes incluyen:

- Automatización robótica de procesos (RPA): utilizada para manejar tareas repetitivas como el ingreso de datos, la emisión de reportes o la validación de documentos en tiempo real.
- Procesamiento de lenguaje natural (NLP): permite a las máquinas comprender y responder al lenguaje humano, como en los asistentes virtuales y los chatbots.
- Aprendizaje automático (machine learning): utilizado para análisis predictivo, segmentación de clientes y detección de patrones.

Estas tecnologías están siendo integradas de manera transversal en procesos relacionados a recursos humanos, finanzas, atención al cliente, legal y marketing. Por ejemplo, los sistemas de IA pueden filtrar currículums en procesos de selección, generar reportes financieros automatizados o responder consultas frecuentes mediante chatbots.

La implementación de IA en las oficinas está generando un impacto positivo tangible en la productividad, como:

Automatización de tareas repetitivas

Muchas tareas administrativas y operativas que antes requerían horas de trabajo humano ahora pueden ejecutarse en segundos con IA. Por ejemplo, la

clasificación de correos electrónicos, la programación de reuniones, o la generación de informes se pueden realizar de forma automática, lo cual reduce errores y libera tiempo para actividades más estratégicas.

Mejora en la toma de decisiones

La IA permite analizar grandes volúmenes de datos en tiempo real y generar recomendaciones basadas en evidencia. Esto facilita una toma de decisiones más informada y rápida, especialmente en áreas como marketing, ventas o planificación financiera.

Colaboración más eficiente

Herramientas como Microsoft Copilot o Notion AI permiten resumir documentos, generar propuestas, y preparar presentaciones a partir de instrucciones simples. Esto mejora la colaboración entre equipos y reduce los tiempos de entrega.

Gestión del tiempo optimizada

Los asistentes virtuales pueden agendar citas, recordar plazos importantes y priorizar tareas contribuyendo a una mejor organización personal y de equipo.

Aumento en la satisfacción laboral

Al reducir la carga de trabajo rutinario, los empleados pueden concentrarse en actividades creativas, de análisis o toma de decisiones, incrementando la motivación, el compromiso y la percepción de valor en el trabajo.

Ejemplos:

-Una empresa de servicios financieros implementó un bot para responder consultas de clientes y logró reducir en un 40% el tiempo de respuesta.

-Una empresa de asesoría jurídica y legal utilizó IA para el análisis de contratos, disminuyendo en un 60% el tiempo requerido para revisión documental.

-Los departamentos de gestión del talento humano han reportado una mejora del 30% en la eficiencia de procesos de selección al utilizar filtros inteligentes de currículums.

La inteligencia artificial ya no es una promesa futura, sino una realidad que está transformando el trabajo en oficinas a nivel mundial. Su impacto en la



productividad es innegable, pero su éxito dependerá de una implementación centrada en las personas, con enfoque en la mejora continua, la ética y la sostenibilidad a largo plazo.

IA GENERATIVA Y STARTUPS

INNOVACIÓN, CREATIVIDAD Y PRODUCTIVIDAD

Alejandro Castro Mendivil

Educador y coach ejecutivo



La inteligencia artificial (IA) ya no es solo una promesa tecnológica distante; es una realidad tangible que transforma día a día la manera en que las startups operan, innovan y compiten en sus respectivos mercados. Dentro de las diversas ramas de la IA, la inteligencia artificial generativa destaca particularmente por su capacidad de crear contenido original, optimizar procesos y elevar exponencialmente la creatividad empresarial. Para las startups, esta tecnología significa no solo reducción de costos y aumento en la eficiencia, sino también la posibilidad real de competir cara a cara con empresas consolidadas mediante soluciones innovadoras.

¿Qué es la IA Generativa y por qué es crucial para las startups?

La inteligencia artificial generativa se refiere a sistemas capaces de producir contenido nuevo y original a partir de una base de datos previamente aprendida. Herramientas como ChatGPT, Midjourney y DALL-E ejemplifican claramente esta tecnología. ChatGPT es conocido por generar texto coherente y relevante en distintos contextos; Midjourney y DALL-E, por su parte, permiten crear imágenes sorprendentes a partir de descripciones textuales sencillas.

Estas capacidades otorgan a las startups ventajas significativas en tres áreas clave: innovación, creatividad y productividad.

Innovación al alcance de startups

La innovación constante es vital para que cualquier startup sobreviva y prospere en un entorno competitivo. Las soluciones basadas en IA generativa brindan herramientas que antes estaban reservadas para grandes corporaciones debido a sus altos costos y complejidad tecnológica.

Por ejemplo, una startup tecnológica puede utilizar IA generativa para diseñar rápidamente prototipos digitales o incluso físicos mediante impresión 3D automatizada. Esto permite testear y validar ideas con agilidad, adaptarse rápidamente al feedback del mercado, y acortar significativamente los ciclos de desarrollo. Plataformas como ChatGPT pueden ayudar a emprendedores y equipos pequeños a validar ideas mediante simulaciones rápidas o interacciones automatizadas con clientes potenciales.

La creatividad amplificada con IA

Una de las barreras más comunes en startups es el bloqueo creativo o la limitación de recursos para desarrollar campañas de marketing efectivas, branding atractivo o contenido visual llamativo. La IA generativa viene a revolucionar este aspecto al brindar herramientas accesibles para producir contenido visual y textual de alta calidad con mínimos recursos.

Midjourney y DALL-E han demostrado cómo pequeñas empresas pueden crear gráficos impresionantes para sus redes sociales, sitios web o campañas publicitarias sin necesidad de un diseñador profesional. Las startups pueden ingresar instrucciones simples, como “diseño minimalista para una botella ecológica”, y obtener múltiples propuestas gráficas de calidad profesional en minutos.

Además, ChatGPT facilita la generación de contenidos como artículos, newsletters, anuncios publicitarios e incluso guiones para videos promocionales. Esto permite mantener presencia constante en medios digitales, generar engagement con audiencias y posicionar la marca de manera efectiva, todo con un esfuerzo reducido en comparación con métodos tradicionales.

Productividad optimizada con inteligencia artificial

Para una startup, donde cada minuto cuenta y cada recurso debe ser optimizado al máximo, la IA generativa es una solución ideal para aumentar la productividad. Automatizar tareas repetitivas mediante estas herramientas libera tiempo valioso que los equipos pueden utilizar en tareas estratégicas y crecimiento del negocio.

ChatGPT, por ejemplo, puede gestionar la atención al cliente inicial, resolver dudas frecuentes, e incluso ayudar en tareas administrativas básicas como redacción de correos electrónicos o reportes internos. Esta optimización permite que los empleados dediquen sus esfuerzos y atención a tareas que realmente aportan valor estratégico al negocio.

Casos reales: IA generativa impulsando startups

Un ejemplo notable es Jasper AI, una startup que utiliza inteligencia artificial generativa para ayudar a empresas a crear contenido rápidamente. Jasper ha simplificado el proceso de creación de contenidos para blogs, redes sociales y publicidad, permitiendo a pequeñas y medianas empresas mantener una presencia digital



fuerte y competitiva.

Otra startup que ha aprovechado estas ventajas es Runway ML, una plataforma que permite a creativos y startups generar contenidos multimedia utilizando IA. Desde edición automática de videos hasta generación de imágenes para proyectos creativos, Runway ML ha logrado democratizar el acceso a recursos que antes eran exclusivos para grandes estudios o agencias publicitarias.

Retos y consideraciones

A pesar de sus claras ventajas, la implementación efectiva de IA generativa en startups no está exenta de desafíos. Uno de los retos más importantes es la dependencia de la calidad y ética del contenido generado. Las startups deben establecer criterios claros y supervisión adecuada para evitar problemas relacionados con sesgos algorítmicos, derechos de autor y veracidad del contenido generado.

Además, la velocidad de evolución tecnológica exige una constante actualización y formación del equipo humano. Las startups deben invertir tiempo y recursos en comprender estas herramientas y adaptarlas

continuamente a sus necesidades específicas.

El futuro: Un ecosistema emprendedor potenciado por IA

La inteligencia artificial generativa no es simplemente otra tecnología pasajera; es una transformación radical de cómo las startups conciben y ejecutan su crecimiento. En un entorno donde el acceso a la tecnología es cada vez más democratizado, aquellas startups que sepan aprovechar efectivamente estas herramientas no solo sobrevivirán sino que prosperarán.

Finalmente, adoptar la IA generativa no significa reemplazar la creatividad humana, sino potenciarla. La colaboración entre humanos e inteligencia artificial será la clave del éxito empresarial en los próximos años, ofreciendo un camino lleno de oportunidades para startups visionarias dispuestas a explorar y adoptar esta poderosa tecnología.

En definitiva, para las startups del siglo XXI, la inteligencia artificial generativa representa mucho más que una ventaja competitiva temporal; es una oportunidad permanente para innovar, crear y crecer.

MOTIVACION Y REFLEXIÓN

EL IMPACTO DEL LÍDER EN LOS COLABORADORES



Fernando Garcia-Blasquez Cruzatti

Especialista en Retail y Equipos de Ventas

Cuando estamos en una reunión y alguien interviene inesperadamente, es común sentirnos interrumpidos o pensar que se trata de una falta de educación. Sin embargo, muchas veces esas palabras espontáneas pueden resonar positivamente en otros, motivarlos o hacerlos reflexionar. Esto nos recuerda que cada persona percibe las situaciones de forma diferente, y que incluso una interrupción puede abrir puertas a nuevas ideas o soluciones.

En el entorno del retail, las mini reuniones antes de iniciar el día —aunque duren solo entre 5 y 15 minutos— tienen un valor enorme. Son espacios clave donde alineamos objetivos, motivamos al equipo y marcamos la pauta del día. Funcionan como una brújula que nos orienta hacia los resultados esperados, nos prepara para enfrentar los retos y nos enseña a adaptarnos tanto en días de alto rendimiento como en jornadas más difíciles.

Lo que decimos en esos minutos importa: puede influir directamente en el ánimo del equipo, en su disposición a vender más y en cómo afrontan los obstáculos. Por eso, debemos aprovechar esas reuniones breves para inspirar, enfocar y conectar con el propósito del día. Como lo hago

Líder/Supervisor inicia:

“Buenos días equipo, hoy tendremos un mini meeting de 10 minutos para alinear prioridades. Por favor, cada uno comente brevemente: qué hizo ayer, qué hará hoy y si hay algo que necesite apoyo. Comienzo yo...”

Ejemplo del líder:

-Ayer: Se hizo cierre de campaña en Tecnología y se actualizó el lay-out de Electro.

-Hoy: Supervisaré la reposición de mercadería en línea blanca y revisaré inventario.

-Obstáculo: Necesito el apoyo del área de almacén para agilizar la carga de refrigeradoras.

Participantes (Ejemplo):

Colaborador 1 (Ventas):

-Ayer: Acomodé los nuevos ingresos de televisores y atendí consultas de combos.

-Hoy: Me enfoco en impulsar los SKUs con promoción y mantener orden en exhibición.

-Obstáculo: Hay etiquetas de precio que aún no están actualizadas.

Colaborador 2 (Caja):

-Ayer: Realicé 45 transacciones y resolví 3 reclamos con éxito.

-Hoy: Atenderé en caja rápida y estaré alerta a posibles devoluciones.

-Obstáculo: La impresora de tickets está fallando a ratos.

Cierre del líder:

“Gracias a todos. Recuerden hoy enfocarse en impulsar los productos con alta rotación y mantener el área limpia. Si encuentran algo fuera de lugar, corríjanlo de inmediato. Nos vemos al cierre para revisar resultados. ¡Buen inicio de jornada!”

Es simple pero PODEROSA LA COMUNICACIÓN. Saber decir las cosas de manera efectiva y clara para poder mejorar alguna situación que se repite como oportunidad de mejora ayuda mucho al equipo a poder expresar sus ideas en alguna duda o mala comunicación que se dio en la convivencia laboral.

La percepción laboral es importante porque de hay podremos definir la actitud que tendremos frente a situaciones de mucha presión como por ejemplo el saber lidiar con los clientes por ejemplo en una tienda por departamento

1. La percepción laboral como base del rendimiento
La forma en que percibimos nuestro trabajo influye directamente en nuestro desempeño. Si vemos nuestro entorno como retador pero positivo, estaremos más motivados, proactivos y dispuestos a colaborar. En cambio, una percepción negativa genera estrés, baja productividad y desmotivación.

2. Impacto en la toma de decisiones bajo presión
En una departamental grande, donde hay múltiples exigencias —ventas, stock, atención al cliente, visual merchandising—, la percepción laboral influye en cómo tomamos decisiones. Quienes tienen una percepción saludable del entorno son más capaces de mantener la calma y tomar decisiones acertadas aún en situaciones de alta presión.



3. Mejora en el trato al cliente

Un colaborador que percibe su entorno laboral como justo y organizado tiene más herramientas emocionales para brindar un servicio de calidad. Lidar con clientes exigentes, reclamos o situaciones tensas se vuelve más manejable cuando la actitud es positiva y se tiene claridad en el rol que se desempeña.

4. Influencia en el trabajo en equipo

La percepción positiva del ambiente laboral fortalece la comunicación y la empatía entre compañeros. Esto permite resolver conflictos internos de manera efectiva y coordinar mejores esfuerzos para lograr los objetivos del área, incluso en temporadas pico de ventas o inventarios.

5. Relación directa con la rotación de personal

Cuando los colaboradores perciben su entorno como tóxico, desorganizado o sin oportunidades de crecimiento, tienden a desvincularse emocionalmente o incluso renunciar. Una percepción positiva ayuda a retener talento, disminuye la rotación y fortalece la cultura de la empresa.

6. Reflejo del liderazgo

La percepción laboral también se construye a partir de la relación con los líderes. Un liderazgo empático, claro y coherente ayuda a crear una percepción positiva. En

cambio, líderes autoritarios o indiferentes distorsionan el ambiente y generan actitudes defensivas o pasivas.

7. Herramienta clave para gestionar el cambio

En contextos como reestructuraciones, cambios de procesos o implementación de nuevas tecnologías, la percepción laboral puede determinar el éxito o fracaso del cambio. Colaboradores con una percepción alineada con los valores organizacionales estarán más dispuestos a adaptarse.

Conclusión

En resumen, la percepción laboral no es solo una opinión individual, sino un factor determinante que influye en el comportamiento, la motivación y el rendimiento de los colaboradores. En entornos exigentes como las tiendas departamentales, donde las presiones son constantes y el trato con el cliente puede ser complejo, una percepción positiva del trabajo permite mantener una actitud profesional, resiliente y enfocada en soluciones.

Fomentar una cultura laboral saludable no solo mejora el clima organizacional, sino que también impacta directamente en los resultados comerciales, la fidelización de los clientes y la retención del talento. Por ello, invertir en fortalecer la percepción laboral debe ser una prioridad estratégica para cualquier organización que busque crecimiento sostenible.

NUESTROS CLIENTES



- + 25 AÑOS DE EXPERIENCIA
EN OBRAS AGROINDUSTRIALES
- + EQUIPOS PROPIOS
- + TECNOLOGÍA DE PUNTA
- + CALIDAD COMPROBADA

AVPINGS CONTRATISTAS GENERALES SRL
EL ALIADO IDEAL PARA TUS PROYECTOS

956 620 744 

www.avpings.com 

Cobertura Nacional 



PLANTAS INDUSTRIALES

Diseñamos y Construimos Fabricas de Uva, Espárragos, Cítricos, Palta, etc.



NAVES INDUSTRIALES

Diseñamos y Elaboramos Estructuras Metálicas para tus proyectos.



EDIFICACIONES

Diseñamos y Ejecutamos tus sueños.



OBRAS HIDRÁULICAS

Diseñamos y Construimos Infraestructuras para el abastecimiento de agua.



¡Tu Viaje... Tu Mejor Experiencia!

...ESPECIALISTAS EN TURISMO ESCOLAR...

Viajes de Promoción,
Viajes de Estudio
Paseos Escolares
Y mucho más...



AGENCIA DE
VIAJES Y TURISMO
REGISTRADA



kftours@hotmail.com
info@kftours.com.pe



+51-56-764383
+51-944810597
+51-962370315



www.kftours.com.pe



Las Magnolias L-12
Urb. San Isidro - ICA

LA VENTA SILENCIOSA

CÓMO VENDER SIN DECIR UNA PALABRA

Adrian Klinar

Especialista en Gestión Comercial y Financiera



En el mundo actual de las ventas, donde la sobrecarga de información y la publicidad invasiva generan resistencia en los consumidores, la venta silenciosa se posiciona como una estrategia altamente efectiva. A diferencia de las técnicas tradicionales basadas en discursos persuasivos, la venta silenciosa busca influir en la decisión de compra del cliente sin necesidad de palabras ni presión directa. Se basa en la creación de experiencias, ambientes y estímulos visuales, sensoriales y contextuales que guían al consumidor hacia la compra de forma natural y voluntaria.

¿Qué es la venta silenciosa?

La venta silenciosa es un conjunto de estrategias que permiten impulsar la decisión de compra sin interacción verbal directa. Su objetivo es crear un entorno favorable donde el producto, el diseño del espacio, la disposición visual, los estímulos sensoriales y la información implícita influyen de manera sutil pero poderosa en el comportamiento del consumidor.

Este enfoque se puede aplicar en espacios físicos como tiendas, oficinas o ferias, así como en plataformas digitales como sitios web, apps o redes sociales. En ambos casos, la clave es lograr que el cliente se sienta cómodo, seguro y convencido sin sentirse presionado.

Principales elementos de la venta silenciosa

A continuación, se detallan los componentes más importantes que permiten implementar una venta silenciosa de forma efectiva:

1. Diseño visual y disposición estratégica

El orden, la limpieza visual y la disposición inteligente de los productos generan una experiencia fluida. En tiendas físicas, esto se logra mediante la correcta ubicación de productos, la iluminación enfocada, la jerarquía visual y la señalética discreta pero clara. En entornos digitales, se refleja en la estructura de la página web, el diseño UX/UI y la forma en que se presentan los productos o servicios.

2. Ambiente sensorial controlado

Los sentidos juegan un papel clave en la venta

silenciosa. La música ambiental, los aromas sutiles, la temperatura agradable y la iluminación adecuada pueden cambiar por completo la percepción del cliente. Estos elementos ayudan a crear un espacio acogedor, relajante y emocionalmente positivo, lo que favorece una mayor disposición a comprar.

3. Comunicación visual y narrativa implícita

La forma en que se presentan los productos transmite un mensaje sin necesidad de palabras. Por ejemplo, un maniquí vestido con ropa bien combinada sugiere un estilo de vida. En un sitio web, las imágenes y descripciones minimalistas pueden generar mayor confianza que un exceso de texto promocional. Esta narrativa visual genera conexión emocional y activa la imaginación del cliente.

4. Facilidad de acceso y usabilidad

Un principio fundamental de la venta silenciosa es que el cliente no debe encontrar obstáculos para comprar. Todo debe estar al alcance, tanto física como digitalmente. Esto incluye una navegación web intuitiva, botones de compra visibles, procesos de pago simplificados y disponibilidad inmediata del producto o servicio.

5. Validación social y confianza implícita

Elementos como reseñas de otros clientes, sellos de seguridad, indicadores de alta demanda ("más vendidos"), o menciones de empresas reconocidas que usan el producto, actúan como pruebas sociales silenciosas. Transmiten confianza sin necesidad de intervención directa de un vendedor.

6. Atención no invasiva

En este modelo de venta, el rol del personal cambia. No se trata de abordar al cliente con insistencia, sino de estar disponible y atento. La presencia debe ser sutil, profesional y respetuosa del espacio personal. El cliente debe sentir libertad para explorar y decidir.

Ventajas de la venta silenciosa

La venta silenciosa ofrece numerosos beneficios, tanto para el cliente como para la empresa:



-Menor resistencia a la compra: Al no sentirse presionado, el cliente mantiene una actitud más receptiva.

-Mayor fidelización: Una experiencia de compra agradable y autónoma fortalece la relación a largo plazo con la marca.

-Incremento en ventas por impulso: Los estímulos bien diseñados generan emociones que impulsan decisiones rápidas y positivas.

-Aplicabilidad escalable: Se puede implementar fácilmente en múltiples canales físicos o digitales, manteniendo coherencia y efectividad.

Ejemplos de aplicación

Retail físico: Tiendas como Apple, IKEA o Zara utilizan diseños minimalistas, señalización discreta, disposición ordenada y experiencia sensorial controlada para facilitar decisiones sin necesidad de vendedores insistentes.

-E-commerce: Plataformas como Amazon aplican venta silenciosa con reseñas destacadas, sugerencias automáticas, botones visibles, navegación clara y compra en un solo clic.

-Hotelería y servicios premium: El ambiente, el trato cordial y la presentación de espacios transmiten lujo, exclusividad y confianza sin necesidad de largos discursos comerciales.

La venta silenciosa es una estrategia sofisticada y centrada en el cliente. En lugar de presionar con palabras, seduce con sensaciones, diseño y experiencias. No elimina al vendedor, pero transforma su rol en un facilitador más que en un persuadidor. En un mercado donde la autenticidad, la comodidad y la autonomía del cliente son claves, la venta silenciosa se convierte en una herramienta fundamental para diferenciarse, fidelizar y aumentar las conversiones de forma sostenible.

DESAFÍOS Y RETOS DE LA IA

USO POR POR ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS PERUANOS

Aldo Benavides

Especialista en Gestión Empresarial

La inteligencia artificial (IA) ha emergido como una herramienta transformadora en la educación superior, ofreciendo nuevas oportunidades para el aprendizaje y la gestión académica. En el contexto peruano, su adopción ha sido creciente, especialmente entre los estudiantes universitarios. Sin embargo, su integración plantea diversos desafíos que requieren atención para garantizar una experiencia educativa enriquecedora y equitativa.

1. Dependencia Tecnológica y Desarrollo del Pensamiento Crítico

El uso excesivo de herramientas basadas en IA puede llevar a una dependencia tecnológica, afectando el desarrollo del pensamiento crítico y la autonomía en el aprendizaje. Estudios indican que los estudiantes a menudo priorizan la obtención de mejores notas sobre consideraciones éticas en la utilización de la IA, lo que resalta la necesidad de fomentar habilidades de evaluación y análisis crítico de la información proporcionada por estas herramientas.

2. Brecha Digital y Acceso Desigual

A pesar de los avances tecnológicos, persiste una significativa brecha digital en Perú. Según datos del INEI, solo el 58.4% de los hogares peruanos tenía acceso a internet en el cuarto trimestre de 2022. Esta disparidad limita el acceso equitativo a las herramientas de IA, especialmente en zonas rurales, exacerbando las desigualdades en el rendimiento académico.

3. Falta de Capacitación Docente y Normativas Claras

La integración efectiva de la IA en la educación superior requiere docentes capacitados que comprendan su potencial y limitaciones. Sin embargo, muchos educadores carecen de formación en competencias digitales y en el uso ético de la IA. Además, la ausencia de políticas institucionales claras sobre el uso de la IA genera incertidumbre y puede conducir a prácticas inconsistentes.

Propuestas para Mejorar la Experiencia del Uso de la IA en la Educación Superior

1. Promoción de la Alfabetización Digital y Ética. Es fundamental implementar programas de formación continua para estudiantes y docentes que aborden tanto el uso técnico de la IA como sus implicaciones éticas. Esto incluye el desarrollo de habilidades para evaluar la calidad y veracidad de la información generada por la IA, así como la comprensión de los riesgos asociados con su uso indebido.

2. Implementación de Políticas Institucionales Claras. Las universidades deben establecer directrices claras sobre el uso de la IA, incluyendo normas sobre su aplicación en evaluaciones académicas y la protección de la privacidad de los datos de los estudiantes. La creación de comités activos dentro de la comunidad educativa puede facilitar la elaboración de estas políticas y garantizar su alineación con las necesidades y realidades locales.

3. Fomento de la Experimentación y el Aprendizaje Activo. Es esencial rediseñar las propuestas pedagógicas para incorporar la IA de manera que promueva la experimentación y el aprendizaje activo. Esto implica utilizar la IA como una herramienta complementaria que estimule la curiosidad, la resolución de problemas y la creatividad, en lugar de depender exclusivamente de ella para tareas rutinarias.

4. Creación de Espacios de Diálogo Interdisciplinario. Otro aspecto clave para una integración responsable de la IA es la generación de espacios de diálogo entre distintas disciplinas. Las universidades pueden organizar seminarios, mesas redondas y talleres donde estudiantes y docentes de diversas carreras analicen conjuntamente los impactos de la IA en sus respectivos campos. Esta perspectiva transversal permite no solo enriquecer el debate, sino también anticipar desafíos éticos y prácticos que podrían pasar desapercibidos en enfoques aislados.

5. Evaluación Continua del Impacto de la IA en la Educación. Se debe considerar la evaluación permanente del impacto de la IA en los procesos de enseñanza y aprendizaje. A través de investigaciones aplicadas, encuestas y análisis de datos institucionales,



es posible identificar tanto avances como retrocesos en su implementación. Esta información es vital para ajustar estrategias, escalar buenas prácticas y evitar que la tecnología avance más rápido que la capacidad del sistema educativo para adaptarse.

AUTONOMÍA PARA VIVIR

CÓMO LA FAMILIA INFLUYE EN NOSOTROS

Navale Quiroz Cano
Coach ontológica



Herman Hesse (1949) dijo “Cada uno de nosotros, es depositario de una herencia y portador de una misión. Cada uno de nosotros ha heredado de su padre y de su madre, de sus numerosos antepasados, de su pueblo, de su idioma, ciertas, particularidades buenas o malas, agradables o enojosas, ciertos talentos y ciertos defectos, y todo eso hace en conjunto lo que somos”.

La familia es un sistema emocional y biológico interconectado, donde las emociones y las historias familiares se transmiten de generación en generación, influenciando la salud y el bienestar de sus miembros. Esta, por tanto, es una fuente de información y energía que impacta en nuestro cuerpo, mente y en la forma en que experimentamos la vida.

Murray Bowen, terapeuta familiar, manifiesta que existen dos tipos de familia, la centrípeta y la centrífuga. La familia centrípeta prioriza la unidad familiar por encima de la individualidad de cada integrante. Esto puede provocar malestar y conflictos.

En tanto, la familia centrífuga representa un movimiento hacia el exterior: se caracteriza por cierta falta de estructura y menos comunicación emocional. Alguno de sus miembros puede sentirse no querido o incluso expulsado. En cualquier caso, si sus dinámicas llegan a extremos, podrían considerarse familias disfuncionales.

Asimismo, los grupos familiares con más enfermedades mentales y síntomas emocionales muestran una falta de diferenciación entre sus miembros. Mientras menor singularidad exista dentro de ella, esto muestra una necesidad exagerada de mantener la cercanía entre sus miembros. Sus relaciones suelen basarse en el “deber” más que en el amor verdadero.

Cuando bloqueamos nuestros deseos personales podríamos revisar si estamos priorizando las necesidades de la familia por sobre las nuestras propias. Richard Bach, menciona que “El vínculo que te une a tu verdadera familia no es el de la sangre, sino el del respeto y la alegría que tú sientes por las vidas de ellos y ellos por la tuya.”

El grupo familiar funciona como un sistema en el que cada miembro se comporta según reglas que le aportan identidad, unidad y estabilidad. Podemos hacerlo conscientemente o sin darnos cuenta. Pero ¿Qué sucede cuando comenzamos a ser más independientes y cuestionamos algunas creencias familiares para vivir más a nuestra manera?

La familia es un sistema emocional y biológico interconectado, donde las emociones y las historias familiares se transmiten de generación en generación.

Es importante abrir nuestra mirada al horizonte y dejar el lazo mental que nos ata al nuestro compromiso familiar, entendiendo que este gran paso puede doler, solo si lo vives con culpa. El sentimiento de deslealtad, o sentir que los demás nos necesitan para seguir funcionando en conjunto, nos puede frenar, pero sepamos que lo hacemos para ejercer nuestra autonomía.

Saber que tenemos la responsabilidad de cambiarnos a nosotros mismos, y de darle un lugar a nuestra libertad emocional, es un tramo difícil de transitar, pero será esencial mantener nuestro paso firme y nuestro propio autoconocimiento y avanzar en la búsqueda de nuestra identidad y la búsqueda de nuestros propios retos, incluso por el bien de los demás miembros del clan.

La mejor manera de honrar a nuestra familia es agradeciendo sus raíces como base desde la cual crecemos y damos frutos, como alimento para vivir y recorrer nuestro propio camino y si hay un amor genuino, habrá también felicidad por los logros obtenidos, asimismo dejar a los demás recorrer sus propios sueños



Ford



Nueva Ranger®

Que venga lo imposible.

CONTÁCTANOS



989 071 765



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

*Aplican términos y Condiciones. Imágenes referenciales. Para mayor información contactarse con un asesor Incamotors - Ford.

 INCAMOTORS



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.

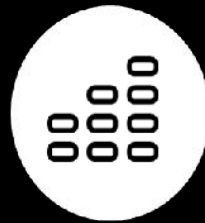
Construye su estrategia sobre estas bases y asegura una ejecución impecable, con enfoque en las ventas y fidelización del cliente. Esta ejecución se asegura con una cultura poderosa.



Asesoramiento
empresarial



Investigación
de mercado



Elaboración de
instrumentos

NUESTROS SERVICIOS

ENTREVISTA ANGEL VALDEZ

25 AÑOS AL SERVICIO DE LA CONSTRUCCIÓN

Raúl Salgado

CEO Salgado Consultores.

En esta edición, tuvimos el privilegio de conversar con Ángel Valdez, gerente general de AVPINGS Contratistas Generales, una empresa peruana con más de 25 años de trayectoria en el desarrollo de proyectos de infraestructura agroindustrial, estructuras metálicas y viviendas, principalmente en el sur del país. Esta entrevista no solo nos permitió conocer los pilares técnicos de su organización, sino también adentrarnos en la esencia de un liderazgo que ha sabido forjarse en el terreno, con esfuerzo, constancia y visión de futuro.

Angel, es un profesional que cuenta con más de 36 años de experiencia como ingeniero y desde sus inicios como emprendedor, ha demostrado que en el mundo de la construcción no basta con tener conocimientos técnicos: se necesita carácter, capacidad de adaptación y una vocación inquebrantable por el cumplimiento. En su relato, comparte con sinceridad los desafíos más exigentes que ha enfrentado, desde la gestión de grandes equipos hasta el cumplimiento riguroso de normativas y estándares de calidad en proyectos complejos.

Uno de los aspectos más enriquecedores de esta conversación fue su enfoque sobre la innovación con propósito. Ángel Valdez no ve la tecnología ni los nuevos procesos como una moda, sino como herramientas que se integra de forma estratégica para mejorar resultados y generar valor tangible tanto para el cliente como para el entorno. La apuesta por la eficiencia, la sostenibilidad y la seguridad es constante, lo cual ha permitido a AVPINGS posicionarse como una empresa confiable en el sector construcción.

Para Valdez, liderar no es solo dirigir, sino acompañar, formar y dar ejemplo. A través de una gestión cercana, centrada en el cumplimiento y el compromiso, ha logrado consolidar una cultura organizacional que valora el trabajo bien hecho y la mejora continua.

Esta entrevista es una invitación a mirar la construcción no solo como un rubro técnico, sino como un espacio de transformación personal, profesional y social. Una historia real que conecta con aquellos emprendedores que creen en la excelencia, la perseverancia y el poder de construir desde los valores.







TIP EMPRESA

DIRECTOR: Raul Salgado

EDITOR: Julio Ortiz

COLABORACION ESPECIAL:

- Carlos Preciado
- Magaly Leiva
- Raúl Ravello.
- Alejandro Castro
- Fernando García
- Adrian Kliner
- Aldo Benavides
- Navale Quiroz

