

TIP EMPRESA

LA REVISTA ESPECIALIZADA EN EL EMPRENDEDOR DEL SIGLO XXI

Nº 47 Agosto 2025

ECONOMIA CIRCULAR

FILOSOFIA DEL
NEGOCIO

CERTIFICACIONES DE CALIDAD

REQUISITO PARA
INTERNACIONALIZARSE

ENTREVISTA A KF TOURS

30 AÑOS DE HISTORIA
EN LOS ESCOLARES

HERRAMIENTAS EMPRESARIALES

OPERACIONES
COMUNICACIÓN
COMERCIAL
FINANZAS

GRUNDER GANA PROINNOVATE

CUMPLIENDO
UN SUEÑO EMPRESARIAL

CHATGPT AGENT

EL NUEVO LANZAMIENTO
DE OPEN AI

CONVENIOS



Salgado

EDITORIAL

Cada gran negocio nació primero como una idea. Una chispa, un “¿y si...?”, un sueño que, en algún momento, pareció demasiado grande. Pero lo cierto es que soñar no basta. El camino empresarial exige mucho más: preparación, enfoque y la valentía de abrir los ojos y ver las oportunidades que el mercado ofrece todos los días.

La visión empresarial es ese faro que guía cuando el entusiasmo flaquea o cuando los resultados aún no llegan. Tener una visión clara no significa saber exactamente cómo se logrará cada paso, sino tener una convicción profunda del impacto que se quiere lograr. Es lo que diferencia a quienes solo reaccionan, de quienes lideran con propósito.

Sin embargo, tener visión no sirve de mucho si no estamos dispuestos a formarnos. Hoy, el mercado cambia a una velocidad asombrosa. Las tecnologías, los hábitos de consumo, las herramientas de gestión... todo evoluciona. Por eso, prepararse es un acto de responsabilidad con uno mismo y con el sueño que se quiere construir. Cada curso, cada mentoría, cada experiencia suma. Y cuando aparece una oportunidad, solo aquellos que están listos podrán aprovecharla.

Y es que el éxito de un negocio no es suerte. Tampoco es solo tener una buena idea. El verdadero diferencial está en la capacidad de enfocarse y, sobre todo, en cómo se gestiona la experiencia del cliente. Hoy, más que nunca, el cliente no busca solo un producto o un servicio: busca sentirse comprendido, valorado, atendido. Las marcas que logran tocar esa fibra emocional son las que perduran, las que se recomiendan, las que se recuerdan.

Así que, si tienes un sueño, no lo sueltes. Pero no te quedes en el aire. Ancla ese sueño en una visión clara, rodéate de aprendizaje, mantén la mirada atenta al mercado y escucha a tus clientes con humildad y empatía. Ahí está la clave.

Porque al final del día, los negocios más exitosos no son los más grandes... son los que nunca dejaron de soñar, pero aprendieron a construir sobre tierra firme.





CONTENIDOS

GRUNDER GANA PROINNOVATE

06

Para quienes sueñan con emprender, saben que cada paso cuesta. No solo es inversión, tiempo y esfuerzo, también es convicción. Tu puedes ganar.

TODO ENSEÑA

10

En los últimos años las empresas tienen claro que el punto diferenciador para la venta es el Servicio al Cliente. Los resultados se ven al final del día.

TRABAJO EN EQUIPO - CASO BUGANVILLA

12

Detrás de cada gran idea, cada empresa exitosa, hay algo que muchas veces pasa desapercibido: un equipo de trabajo comprometido.

CERTIFICACIONES DE CALIDAD

16

Cada vez es mas frecuente el requerimiento de normas internacionales de calidad para el ingreso a mercados de productos de Latinoamérica

CHATGPT AGENT - PARTE II

18

OpenAI lanzó oficialmente ChatGPT Agent, una herramienta que trasciende los límites tradicionales.

COMUNICACIÓN ENTRE PARES

22

¿Por qué las directrices entre pares a menudo fallan en su propósito? Esta pregunta, esconde una complejidad que merece ser desentrañada.

VINOS PATRIMONIALES

26

Existen entre los nuevos conceptos de vinos aquellos llamados “Patrimoniales”, autóctonos, de patrimonio, criollas, entre los principales.

MENTALÍZATE EN EL NEGOCIO - PARTE II

28

A la gente le gusta seguir a las personas ordenadas y cuyo liderazgo es evidente. El enfoque es la receta del éxito y mentalizarse es la herramienta.

ECONOMIA CIRCULAR EN ICA

30

La economía circular emerge no solo como una estrategia de sostenibilidad, sino como una filosofía de negocio que infunde un nuevo ADN.

ENTREVISTA KF TOURS

34

Hablar de KF Tours es hablar de generaciones enteras de escolares cumpliendo uno de sus sueños más esperados. Conoce su historia.

EDICIONES ANTERIORES



GRUNDER GANA PROINNOVATE

UN SUEÑO QUE SE CONVIERTE EN VICTORIA

Raúl Salgado

CEO Salgado Consultores.



La noticia llegó como esas sorpresas que marcan un antes y un después. Entre cientos de postulantes de todo el país, un grupo de emprendedores peruanos fue reconocido como ganador en el concurso de innovación de ProInnovate. Raúl Salgado Mayaute, Adrian Klinar y Raúl Salgado Gallegos vieron el resultado con emoción contenida: su aplicación Grunder había sido elegida como una de las iniciativas con gran potencial para transformar los negocios en el Perú.

Para quienes sueñan con emprender, saben que cada paso cuesta. No solo es inversión, tiempo y esfuerzo, también es convicción, fe en que una idea puede cambiar vidas. Esa convicción fue la que guió a estos tres innovadores a crear una aplicación que hoy empieza a escribir su propia historia.

Ser ganador de ProInnovate no es un logro cualquiera. Significa haber sido seleccionado entre proyectos de todos los rincones del país, cada uno cargado de talento, creatividad y deseo de generar impacto. Y que Grunder figure entre los elegidos demuestra que esta herramienta tiene algo especial: un propósito claro, un valor real y una enorme capacidad para crecer.

ProInnovate no financia ideas vacías; apuesta por aquellas que pueden mover industrias, abrir oportunidades y demostrar que en el Perú también nacen soluciones de talla mundial. Con Grunder, lo que se respalda no es solo una aplicación, sino un mensaje: que escuchar al cliente no es opcional, es la base de todo negocio exitoso.

¿Y qué hace tan poderosa a esta aplicación? Grunder convierte cada interacción con el cliente en una ventana de aprendizaje. Lo que antes eran comentarios dispersos, intuiciones o simples corazonadas, ahora se transforma en información clara y procesable. A través de encuestas digitales, reportes automáticos y métricas fáciles de interpretar, cualquier emprendedor puede saber cómo lo perciben sus clientes, qué valoran y qué esperan.

La diferencia es evidente. Mientras algunos negocios

siguen navegando a ciegas, Grunder les da brújula. Es como tener una conversación constante con el cliente, sin intermediarios ni filtros. Y en esa conversación están las respuestas para mejorar, crecer y fidelizar.

Las cifras lo demuestran: las empresas que ponen al cliente en el centro pueden aumentar hasta un 30% la satisfacción y un 25% la retención. Más aún, estudios de Bain & Company revelan que una empresa enfocada en la experiencia puede superar en ingresos a su competencia hasta en un 80 %. En otras palabras, escuchar no solo es un acto de humildad, es una estrategia de crecimiento.

Pero detrás de Grunder no hay solo estadísticas. Hay historias, hay humanidad. Está el sueño de tres emprendedores que vieron en la retroalimentación un recurso poderoso y decidieron ponerlo al alcance de todos. Porque antes, acceder a un sistema de análisis de experiencia estaba reservado para las grandes compañías con presupuestos enormes. Hoy, gracias a esta aplicación, una pequeña panadería de barrio o una librería independiente pueden tener la misma capacidad de análisis que una corporación internacional.

Esa democratización de la tecnología es quizá el mayor regalo de Grunder. Como bien sostienen sus creadores, la innovación no tiene sentido si no llega a quienes más la necesitan.

El premio de ProInnovate confirma que este sueño tiene raíces sólidas. Significa que el Estado peruano reconoce en esta propuesta un aporte real para fortalecer a miles de empresas que son, al fin y al cabo, el motor de nuestra economía. En un país donde más del 95% de los negocios son micro y pequeños, contar con una herramienta que les ayude a escuchar y mejorar no es un lujo, es una necesidad urgente.

Imaginemos una historia. Un restaurante recibe todos los días a decenas de clientes. Algunos se van satisfechos, otros con dudas, otros con sugerencias que rara vez llegan a oídos del dueño. Con Grunder, esas percepciones no se pierden; se registran, se analizan

y se transforman en decisiones concretas: ajustar un plato, mejorar la atención, ampliar un horario. Al poco tiempo, el cambio se nota. Los clientes regresan, recomiendan, se convierten en embajadores del negocio.

La tecnología, en este caso, no aleja: acerca. Une al cliente con el empresario en un diálogo continuo. Y ese es un cambio profundo en la cultura empresarial.

Los estudios internacionales lo respaldan. Según Gartner, el 81% de las empresas compite hoy principalmente en la base de la experiencia del cliente, más que en el precio o el producto. Además, PwC reveló que el 73% de los consumidores considera la experiencia un factor decisivo al elegir una marca. En el Perú, investigaciones del sector comercio y gastronomía han demostrado que los clientes pueden pagar hasta un 16% más por un servicio en el que se sientan escuchados y valorados.

Todo esto nos habla de una verdad simple pero poderosa: los clientes no solo compran productos, compran experiencias. Y en ese terreno, Grunder es un aliado estratégico.

La aplicación no se queda en mostrar números. Su mayor valor es que traduce los datos en acciones. Ayuda a priorizar, a decidir dónde invertir esfuerzos y a corregir lo que realmente importa para el cliente. Es como si cada negocio pudiera tener una brújula emocional y comercial al mismo tiempo.

Raúl, Adrian y Raúl –los tres fundadores– saben que detrás de cada empresa hay personas que luchan, que apuestan, que sueñan con ver crecer su proyecto. Ellos también han estado ahí, sintiendo el peso de la incertidumbre, buscando respuestas. Por eso crearon Grunder: porque sabían que los emprendedores necesitaban una herramienta accesible, clara y eficaz para transformar la voz del cliente en decisiones estratégicas.

El reconocimiento de ProInnovate no es solo un premio en papel. Es una puerta abierta. Una señal de que esta aplicación puede llegar más lejos, que puede ser adoptada por más negocios, que puede convertirse en una pieza fundamental para la competitividad del país.

Y al final, lo que más emociona no es la tecnología,

sino lo que puede generar.

Pensemos en la historia de una librería independiente. Durante años, sus dueños decidieron a ciegas qué títulos traer y qué actividades organizar. Algunos meses iban bien, otros no tanto. Cuando incorporaron Grunder, empezaron a recibir comentarios en tiempo real. Descubrieron que los lectores pedían más clubes de lectura, secciones dedicadas a autores locales y horarios extendidos los fines de semana. Con esa información, la librería ajustó su propuesta. En menos de seis meses, no solo aumentaron las ventas en un 25%, sino que también crearon una comunidad de lectores fieles que se sintieron parte del proyecto.

Esa es la magia de Grunder: transformar la relación con el cliente en una alianza, en una experiencia compartida.

Hoy, al mirar hacia adelante, el mensaje es claro. La victoria en ProInnovate no es el final del camino, sino el inicio de uno nuevo. Uno en el que los negocios peruanos, sin importar su tamaño, tienen en sus manos la posibilidad de crecer con inteligencia, con empatía y con visión.

Porque el futuro de los negocios no está en adivinar qué quiere el cliente, sino en preguntárselo, escucharlo y actuar en consecuencia. Y ahí, Grunder es mucho más que una aplicación: es un puente hacia ese futuro.

Sí eres emprendedor y sientes que ha llegado el momento de escuchar más de cerca a tus clientes, Grunder está listo para acompañarte. No importa si manejas una cafetería, un negocio de servicios o una empresa en expansión: esta aplicación ha sido diseñada para darte claridad, ayudarte a tomar decisiones con confianza y transformar cada comentario de tus clientes en una oportunidad de crecimiento. Es el aliado que estabas esperando para hacer que tu esfuerzo rinda más y que tu negocio brille con resultados sostenibles.

Dar el siguiente paso es muy sencillo. Solo necesitas ponerte en contacto con nosotros al 934951455, o buscarnos en nuestras redes sociales. Estaremos encantados de mostrarte cómo Grunder puede integrarse a tu negocio desde el primer día y enseñarte a aprovechar todo su potencial. Esta es tu oportunidad de trabajar con información real, de conectar con tus clientes de una forma más profunda y de abrir la puerta a un futuro lleno de posibilidades.



TODO ENSEÑA

UTILIZANDO EL APRENDIZAJE EMPRESARIAL CON VALOR

Leyla Wong Fuentes

Experta en Retail



En los últimos años las empresas tienen claro que el punto diferenciador para la venta es el Servicio al Cliente, y los resultados se ven al final del día al cierre del reporte de las ventas, pero algunos no identifican y resaltan la enorme oportunidad de aprendizaje que tiene el equipo al poner en práctica las técnicas que ya recibieron y pusieron en práctica en la sala de ventas.

Para los colaboradores, además de medir si lo aprendido en la capacitación tuvo un resultado positivo y logró sumar al plan de su sucursal, esta es la ocasión para aprender e identificar si la parte operativa cumplió con su labor de preparar la tienda para la venta antes de abrir sus puertas, identificar temas como la importancia de reponer los productos que figuran en inventario, lo que puede concluir con un ajuste en el kardex u orden en almacén, recuerdan o refuerzan a través del autoaprendizaje las características del producto, elevan al líder inmediato la alerta de un quiebre o posible quiebre de un producto, así también informar la recurrencia o novedad de un producto requerido por los clientes y no es parte del mix de la tienda para su incorporación.

A lo largo de mi experiencia en el retail, he aprendido que TODO ENSEÑA y esta oportunidad debe ser aprovechada por todo aquel que quiere crecer en este giro, los invoco a ayudar a nuestros equipos a abrir sus mentes y estar atentos a todo lo que pasa a su alrededor, y con esto no sólo les aportamos a su vida laboral sino también a lo personal.

He sido testigo de cómo una conversación casual con un cliente ha terminado convirtiéndose en una retroalimentación valiosa para toda la tienda. Un comentario, aparentemente menor, puede revelar grandes verdades sobre nuestros procesos, nuestros productos o incluso sobre cómo estamos comunicando nuestras promociones. Por eso, todo colaborador, desde quien acomoda productos hasta quien lidera el equipo, debe asumir una actitud de escucha activa. Porque cuando uno afina el oído, el entorno se transforma en una fuente inagotable de mejora.

No hay tarea pequeña ni momento que no sea valioso para aprender. Cuando un producto no se encuentra

en su lugar, cuando una caja demora más de lo previsto en atender o cuando una queja se repite más de una vez, hay ahí lecciones que no deben pasarse por alto. Las mejores decisiones no se toman solo en una oficina con indicadores; también nacen en el contacto directo, en la observación y en la vivencia diaria del punto de venta.

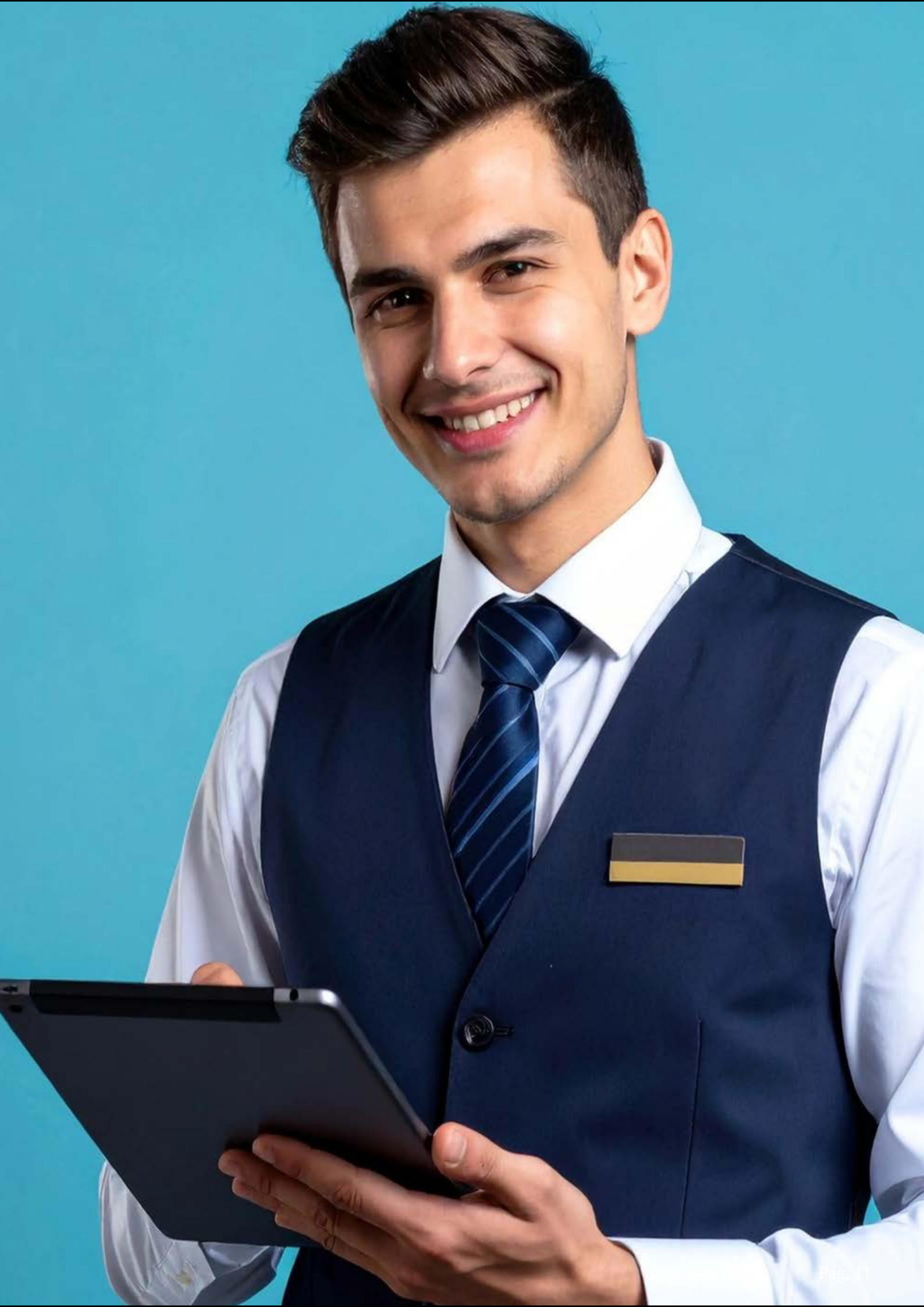
Es necesario que el liderazgo entienda este enfoque. Que vea cada visita a la tienda no solo como una supervisión operativa, sino como una oportunidad para potenciar al equipo, para fomentar una cultura del aprendizaje continuo y no del castigo o la corrección fría. Cuando los líderes se convierten en facilitadores del aprendizaje, el equipo se siente más seguro para observar, proponer, corregir y sobre todo, crecer.

Esto también tiene un impacto directo en la motivación del equipo. Sentirse parte de un proceso vivo, que los escucha y valora su mirada desde el piso de venta, fortalece el compromiso. Un equipo motivado es más creativo, más eficiente y más empático con el cliente. Y eso, finalmente, se traduce en mejores resultados.

En el mundo del retail, donde los cambios son constantes y la competencia feroz, la capacidad de aprender más rápido que los demás puede ser una de las ventajas más importantes. Y ese aprendizaje no solo está en los cursos o en las capacitaciones formales. Está en la tienda, en la jornada diaria, en el inventario, en los productos nuevos, en los reclamos, en los silencios de los clientes, en sus gestos, en sus decisiones de compra.

Por eso, cuando afirmo que TODO ENSEÑA, no es una frase bonita. Es una filosofía que he comprobado una y otra vez. Cada tienda es una escuela. Cada jornada, una clase. Cada error, una oportunidad. Cada éxito, un resultado que se puede entender, analizar y repetir. Pero solo si tenemos la humildad de ver con ojos de aprendiz, incluso cuando llevamos años en el oficio.

A quienes están iniciando su camino en el retail, les digo: presten atención. A quienes ya están en posiciones de liderazgo, les pido: promuevan esta mirada.



TRABAJO EN EQUIPO

EL CASO DE BUGANVILLA TOURS EN ICA

Milagros Bohorquez

Especialista en emprendimiento



Detrás de cada gran idea, cada empresa exitosa y cada experiencia inolvidable, hay algo que muchas veces pasa desapercibido: un equipo de trabajo comprometido. Es fácil enfocarse en los productos, en las redes sociales o en los resultados finales, pero si escarbamos un poco más profundo, descubrimos que el verdadero corazón de cualquier emprendimiento es su gente. Y eso lo sabe muy bien Buganvillas Tour, una empresa de turismo que se ha convertido en un referente en Ica.

Más que tours: experiencias con alma

Buganvillas Tour no solo ofrece paseos por las dunas de Huacachina, visitas a bodegas o recorridos por las Islas Ballestas. Lo que realmente vende es una experiencia humana. Y eso no se logra solo con vehículos todo terreno o guías certificados. Se logra con un equipo que trabaja unido, que conoce la región, que ama lo que hace y que transmite esa pasión a cada visitante.

¿Quién no recuerda un viaje donde el guía hizo reír a todos, donde el conductor fue amable y paciente, o donde la persona que te atendió por WhatsApp respondió con rapidez y calidez? Esos detalles son los que hacen la diferencia, y todos ellos tienen detrás a un equipo bien armado.

¿Qué hace que un equipo funcione?

Un buen equipo de trabajo no se arma de la noche a la mañana. Requiere confianza, comunicación y propósito compartido. En el caso de Buganvillas Tour, el secreto está en cómo sus integrantes comparten una misma visión: mostrar lo mejor de Ica al mundo. Desde la administradora hasta el más nuevo practicante, todos comprenden que su trabajo tiene impacto.

Gianella Mayorga, gerente de la empresa, ha apostado por algo que no todas se atreven a hacer: capacitar continuamente a su equipo, fomentar el compañerismo y permitir que todos aporten ideas. Eso crea un ambiente donde cada miembro se siente valorado, y eso, a su vez, se refleja en el servicio.

Roles distintos, un solo objetivo

En una empresa de turismo como Buganvillas Tour, cada rol es clave. No solo hablamos de los guías, que son la cara visible del negocio, sino también de quienes están detrás de escena:

-Los encargados de logística, que se aseguran de que los vehículos estén en perfecto estado y que los itinerarios se cumplan.

-El área de atención al cliente, que responde dudas, gestiona reservas y tranquiliza a los viajeros.

-La parte administrativa, que organiza pagos, sueldos, permisos y todo lo que mantiene la empresa en pie.

-El equipo de marketing y redes, que cuenta las historias y atrae a nuevos turistas.

Cuando todos estos engranajes funcionan al unísono, se logra algo maravilloso: un servicio coherente, eficiente y humano.

El equipo también viaja

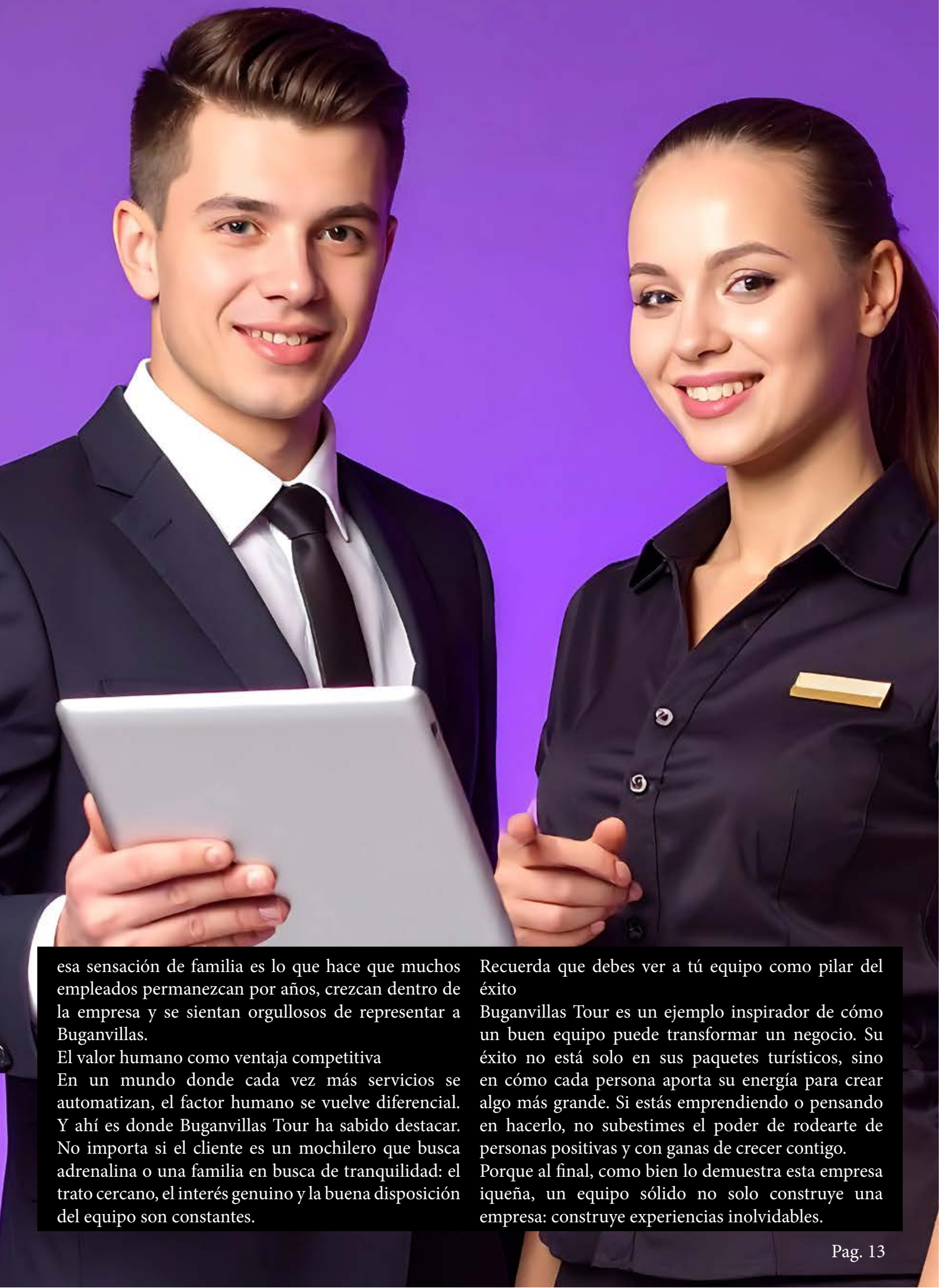
Una de las fortalezas de Buganvillas Tour es que sus propios trabajadores conocen los tours como si fueran turistas. La empresa los invita a vivir las experiencias que luego ofrecerán a los clientes. Esto no solo mejora su capacidad para explicar o recomendar, sino que también fortalece los lazos entre ellos. Compartir un paseo, una aventura o una cena después de un recorrido crea vínculos que se trasladan al trabajo diario.

Resolver juntos los desafíos

Como todo negocio, el turismo en Ica también enfrenta retos: temporadas bajas, cambios climáticos, competidores, nuevas tecnologías. En estos momentos es cuando se pone a prueba la solidez del equipo. Buganvillas Tour ha superado situaciones difíciles gracias a que sus integrantes se apoyan entre sí. Hay una cultura de “remar juntos”, de escucharse y adaptarse. Cuando uno tiene una idea, la comparte. Cuando otro tiene un problema, se busca una solución en conjunto.

Más que compañeros: familia

Quizás lo que más llama la atención al visitar las oficinas o hablar con cualquier miembro del equipo de Buganvillas Tour es la cercanía y calidez entre ellos. No es un ambiente rígido o frío, sino uno donde se celebran los cumpleaños, se agradece el esfuerzo y se comparten logros, se celebran aniversarios, se realzan los días festivos, con un detalle un dulce o algo que les demuestre una y otra vez que son una familia. Porque



esa sensación de familia es lo que hace que muchos empleados permanezcan por años, crezcan dentro de la empresa y se sientan orgullosos de representar a Buganvillas.

El valor humano como ventaja competitiva

En un mundo donde cada vez más servicios se automatizan, el factor humano se vuelve diferencial. Y ahí es donde Buganvillas Tour ha sabido destacar. No importa si el cliente es un mochilero que busca adrenalina o una familia en busca de tranquilidad: el trato cercano, el interés genuino y la buena disposición del equipo son constantes.

Recuerda que debes ver a tú equipo como pilar del éxito

Buganvillas Tour es un ejemplo inspirador de cómo un buen equipo puede transformar un negocio. Su éxito no está solo en sus paquetes turísticos, sino en cómo cada persona aporta su energía para crear algo más grande. Si estás emprendiendo o pensando en hacerlo, no subestimes el poder de rodearte de personas positivas y con ganas de crecer contigo. Porque al final, como bien lo demuestra esta empresa iqueña, un equipo sólido no solo construye una empresa: construye experiencias inolvidables.

AutoPlan

Tu auto nuevo con el mejor plan

Aquí cumple tu sueño
del auto propio

Te impulsamos a alcanzar
tus sueños

10 AÑOS EN EL MERCADO NOS RESPALDA

EXPLORA NUESTROS PLANES Y ESCOGE EL QUE MEJOR SE ADAPTE A TI

Auto Directo

Lo quieres, lo tienes

Adquiere tu auto 0 Km
anticipadamente pagando tan solo
21 de 60 cuotas.

Auto Propio

Lo hacemos posible

Adquiere el programa que te permitirá
adjudicar un auto 0 Km, que podrás pagar
hasta en 60 cuotas.

UBÍCANOS EN ICA

CENTRO DE FINANCIAMIENTO ICA AYABACA

Av Ayabaca 1161

MEGAPLAZA

Av. Los Maestros 206

UBICACIONES EN EL PERÚ

LIMA	HUANCAYO	CAJAMARCA	AREQUIPA
CALLAO	HUÁNUCO	CHICLAYO	CUSCO
ICA	IQUITOS	CHIMBOTE	JULIACA
	PUCALLPA	PIURA	TACNA
	HUANCAYELICA	TRUJILLO	MOQUEGUA

CANALES DE ATENCIÓN

Central telefónica (01) 613-6633
Web: www.autoplan.pe

Horario de atención:
Lunes a Viernes: 9:00 am - 7:00 pm
Sábados: 9:00 am - 1:00 pm





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



CERTIFICACIONES DE CALIDAD

EXIGENCIA PARA INGRESAR A NUEVOS MERCADOS

Juan Carlos Lima
CEO Grupo Lima



Cada vez es mas frecuente el requerimiento de normas internacionales de calidad para el ingreso a mercados con gran demanda de productos originarios de Latinoamérica.

En el ámbito de la Unión Europea (UE), así como en los Estados Unidos , Canadá y otros países desarrollados, se exige que los productos que ingresen tengan algún tipo de garantía de inocuidad y calidad. Por este motivo, la necesidad de contar con certificaciones de calidad es cada vez mayor.

Los principales compradores de nuestros productos alimenticios (los de la UE y Estados Unidos) exigen la aplicación HACCP (en español Control de Riesgos y Puntos Críticos), un sistema preventivo que permite asegurar la inocuidad de un producto de esta naturaleza. A demás se debe considerar el reglamento 834/2007 de la UE, en alimenticios que se comercializaran dentro de su territorio, es considerado un requisito mínimo tener la información de un paso atrás en la producción del producto.

¿POR QUE DEBO CERTIFICAR MIS PRODUCTOS?

La certificación eleva el nivel de competitividad empresarial, hace mas fuerte nuestro producto o servicio, así como nuestro contacto con el cliente.

EL PROCESO DE CERTIFICACION

1.Implementación. Consiste en plasmar las normas técnicas de la certificación dentro de los procesos de la empresa

2.Inspección. Consiste en la revisión de un técnico enviado por la empresa certificadora, quien verifica que todas las normas que incluyen la certificación se están cumpliendo dentro de la empresa

3.Certificación. Una vez que el técnico emite el informe definitivo, levantando las observaciones y tras implementar las correcciones necesarias, se envía a la matriz la solicitud de certificado para que este sea concedido a la empresa.

CERTIFICACION DE PRODUCTOS ORGANICOS

El senasa es la autoridad nacional encargada de la fiscalización de la producción orgánica nacional y plantea las normas y sanciones para dar garantía del producto orgánico en el mercado nacional e internacional

PRINCIPALES CERTIFICADOS INTERNACIONALES DE CALIDAD DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

- Safe Quality Food (SQF) <http://www.sqfi.com>
- Global Gap <http://www.globalgap.org>
- Iso 22000 <http://www.iso.org>
- Global Food Safety Initiative (GFSI) <http://www.mygfsi.com>
- International Food Standard (IFS) <http://www.ifscertification.com>

También existen certificaciones de producción por religión, como la certificación kosher, que garantiza que un producto sea elaborado de acuerdo con las normas religiosas judías; o la certificación Halal, que asegura la calidad y características de un producto final según las leyes dietéticas de Islam. Los supermercados europeos y estadounidenses incluyen cada vez mas estos productos en sus anaqueles debido a la alta demanda.

FAIRTRADE

Fairtrade o “comercio justo” es una certificación de producto: un sello de garantía que funciona como un distintivo positivo ofreciendo al consumidor seguridad acerca de los valores éticos del producto. Los productos que llevan el sello de fairtrade han sido producidos en condiciones de trabajo digno y comprados a precio justo que apoya el desarrollo sostenible de organizaciones de pequeños productores, en los países de Europa, la certificación a alcanzado ya un alto nivel de reputación, siendo un signo de valor añadido para mas de 50% de los consumidores.



CHATGPT AGENT - PARTE II

EL GRAN SALTO DE OPENAI HACIA LA IA AUTÓNOMA

Alejandro Castro Mendivil
Educador y coach ejecutivo



En la primera parte de este artículo exploramos cómo ChatGPT Agent representa el gran salto de OpenAI hacia la inteligencia artificial autónoma. Vimos cómo esta herramienta no solo responde, sino que actúa, integra y optimiza, marcando un antes y un después en la forma en que los emprendedores pueden gestionar su negocio.

En esta segunda parte, profundizamos en casos de uso reales, limitaciones críticas, perspectivas futuras y cómo esta tecnología reconfigura la esencia misma del emprendimiento moderno.

Caso de Estudio: Lanzamiento de un Producto Mínimo Viable (MVP)

Imaginemos que lideras una startup que se prepara para lanzar su primer producto. Antes, esto implicaba semanas de trabajo coordinado entre múltiples áreas. Con ChatGPT Agent, ese mismo proceso puede ejecutarse en cuestión de días.

Fase 1: Investigación de Mercado

Instrucción: "Analiza el paisaje competitivo para nuestro SaaS, incluyendo precios, reviews y funcionalidades clave."

Resultado: Un informe detallado con análisis de cinco competidores, gráficos comparativos y una presentación ejecutiva lista para inversionistas.

Fase 2: Desarrollo de Contenido

Instrucción: "Diseña una campaña de email marketing para el MVP."

Resultado: Secuencias personalizadas de correos, redactadas con enfoque emocional y estratégico, basadas en insights de comportamiento del cliente.

Fase 3: Coordinación del Lanzamiento

Instrucción: "Agenda reuniones con los stakeholders clave para la próxima semana."

Resultado: Identificación de horarios compatibles, envío automático de invitaciones y sincronización con Google Calendar.

Fase 4: Automatización Recurrente

Instrucción: "Establece un reporte mensual con KPIs

del equipo."

Resultado: Un sistema que extrae datos, actualiza dashboards y distribuye informes sin intervención humana.

Este ejemplo, aunque simplificado, refleja el potencial real que tiene ChatGPT Agent para los emprendedores: menos tiempo en tareas operativas, más foco en la estrategia.

Limitaciones y Consideraciones Críticas

Como toda innovación, esta herramienta aún enfrenta retos importantes:

- Decisiones críticas: Sam Altman ha advertido que no debe utilizarse para transacciones bancarias sin supervisión humana.

- Vulnerabilidades técnicas: A pesar de su precisión, sigue siendo susceptible a errores de navegación o manipulación en páginas maliciosas.

- Privacidad: Se requiere evaluar con rigor qué datos se comparten con el agente y cómo se resguarda la información confidencial.

- Complejidad contextual: Aunque puede ejecutar múltiples tareas, todavía enfrenta dificultades con interfaces muy complejas o flujos multiusuario no estructurados.

La clave está en comenzar con procesos simples, medibles y de bajo riesgo, para luego escalar su uso con confianza y criterio.

El Cambio de Paradigma para Emprendedores

La propuesta de ChatGPT Agent no es solo tecnológica, sino filosófica. Introduce un modelo de trabajo donde la acción no requiere supervisión constante, y donde el emprendedor se convierte en estrategia de alto nivel, liberado de la trinchera operativa.

Las cuatro transformaciones fundamentales son:

- 1.-De asistente pasivo a colaborador activo: Ya no se limita a responder preguntas, ahora ejecuta tareas completas.

- 2.-Eficiencia multiplicada: Equipos reducidos logran niveles de productividad propios de grandes corporaciones.



3.-Ventaja competitiva acelerada: Permite acortar tiempos de ejecución, ganar agilidad y responder más rápido al mercado.

4.-Escalabilidad inmediata: Replicar procesos exitosos se vuelve cuestión de minutos, no meses.

Estamos frente a un punto de inflexión. ChatGPT Agent no es una moda pasajera, es un cambio

estructural en cómo concebimos el trabajo y la gestión empresarial. Por primera vez, emprendedores con recursos limitados tienen acceso a una capacidad operativa de élite, sin necesidad de grandes equipos.

Como dijo una vez Peter Drucker: “La mejor manera de predecir el futuro es crearlo”. Hoy, ese futuro está al alcance de nuestra voz. Literalmente

Diplomado



IA en la gestión empresarial



120 *Horas para
el futuro.*

80 *Horas de clases
en vivo.*

40 *Horas
asincrónicas.*

Con el respaldo de



**Cámara de Comercio
Industria y Turismo
de Ica**



Universidad Nacional
Federico Villarreal

Licenciada por:



SUNEDU

SUPERINTENDENCIA
NACIONAL DE EDUCACIÓN
SUPERIOR UNIVERSITARIA

ÁREA CIENCIAS DE EMPRESAS

MAESTRÍAS

1. ADMINISTRACIÓN
2. FINANZAS
3. AUDITORIA CONTABLE Y FINANCIERA
4. GERENCIA DE PROYECTOS EMPRESARIALES
5. GESTIÓN DE INVERSIÓN PÚBLICA
6. MARKETING Y NEGOCIOS INTERNACIONALES
7. TRIBUTACIÓN

DOCTORADO

1. ADMINISTRACIÓN
2. CONTABILIDAD
3. ECONOMÍA

ÁREA CIENCIAS DE LA SALUD

MAESTRÍAS

1. ADMINISTRACIÓN DE SERVICIOS DE SALUD
2. SALUD PÚBLICA
3. SALUD PÚBLICA CON MENCIÓN EN GESTIÓN HOSPITALARIA
4. PSICOLOGÍA ORGANIZACIONAL Y RECURSOS HUMANOS
5. PSICOLOGÍA CLÍNICA Y DE LA SALUD

DOCTORADO

1. SALUD PÚBLICA

ÁREA HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

MAESTRÍAS

1. DOCENCIA UNIVERSITARIA
2. ADMINISTRACIÓN Y GERENCIA SOCIAL

DOCTORADO

1. EDUCACIÓN
2. HUMANIDADES

ÁREA DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS

MAESTRÍAS

1. DERECHO PENAL
2. DERECHO CIVIL Y COMERCIAL
3. DERECHO CONSTITUCIONAL
4. GESTIÓN DE POLÍTICAS PÚBLICAS
5. DERECHO CON MENCIÓN EN ADUANAS

DOCTORADO

1. DERECHO

INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y CIENCIAS BÁSICAS

MAESTRÍAS

1. GERENCIA DE LA CONSTRUCCIÓN MODERNA
2. GERENCIA DE PROYECTOS DE INGENIERÍA
3. GESTIÓN AMBIENTAL
4. GESTIÓN AMBIENTAL Y MINERA
5. INGENIERÍA INDUSTRIAL CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE LA CALIDAD Y LA PRODUCTIVIDAD
6. INGENIERÍA DE TRANSPORTES
7. INGENIERÍA DE SISTEMAS CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN
8. SEGURIDAD INDUSTRIAL Y PROTECCIÓN AMBIENTAL
9. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA

DOCTORADO

1. INGENIERÍA CIVIL
2. INGENIERÍA DE SISTEMAS
3. MEDIO AMBIENTE Y DESARROLLO SOSTENIBLE

DERECHOS DE PAGO

ADMISIÓN ORDINARIA

CONCEPTO DE PAGO	COSTO	CODIGO
DERECHO DE INSCRIPCIÓN MAESTRÍA	S/. 500.00	82553
DERECHO DE INSCRIPCIÓN DOCTORADO	S/. 500.00	

ADMISIÓN POR TRASLADO INTERNO Y EXTERNO

CONCEPTO DE PAGO	COSTO	CODIGO
DERECHO DE INSCRIPCIÓN MAESTRÍA	S/. 600.00	80018
DERECHO DE INSCRIPCIÓN DOCTORADO	S/. 600.00	

28 Maestrias 10 Doctorados

EUPG
ESCUELA UNIVERSITARIA DE
POSGRADO

Informes: <https://www.unfv.edu.pe/eupg/>

COMUNICACIÓN ENTRE PARES

MÁS ALLÁ DE LAS DIRECTRICES

Michael Segovia

Consultor Comercial



Hace algún tiempo, en medio del ajetreo cotidiano, me encontré inmerso en una profunda reflexión sobre un enigma persistente en el ámbito profesional: ¿por qué, a pesar de los esfuerzos, las directrices entre pares a menudo fallan en su propósito? Esta pregunta, que muchos damos por sentada, esconde una complejidad que merece ser desentrañada. Por mucho que nos esforcemos en aplicar la escucha activa y prestar la máxima atención, la comunicación parece fracturarse, desvaneciéndose en el éter cuando las ideas no encuentran un terreno común.

Me detuve a meditar sobre esta paradoja. ¿Qué elemento fundamental debe existir en mi forma de comunicarme para que mis pares no solo me entiendan, sino que también puedan añadir ese valor intrínseco que impulse los resultados de forma exponencial y sostenible en el tiempo? La respuesta no era obvia, y el camino para encontrarla me llevó por senderos inesperados. Pensé y repensé, buscando esa chispa de lucidez que iluminara el camino. La inspiración, curiosamente, no llegó de un manual de gestión ni de una charla motivacional, sino de la suave melodía de una canción que me invitó a conectar con algo que, en nuestra prisa por la eficiencia, parecía habersele restado importancia: la consideración y la empatía.

Comprendí entonces que la efectividad de una indicación no radica únicamente en su claridad lógica, sino en la manera en que se transmite. Asegurarse de que un mensaje se cumpla sin dar pie a murmuraciones o rumores implica ser, ante todo, claro y cotidiano en la expresión. La autenticidad en la comunicación es una herramienta poderosa. No se trata de adornar las palabras, sino de despojarlas de toda ambigüedad, de hacerlas accesibles y comprensibles en el día a día. El implacable estrés que generan los indicadores y metas puede llegar a consumirnos si no cultivamos el orden y el hábito de la disciplina. Sin embargo, más allá de la estructura y el rigor, estas acciones solo darán frutos genuinos cuando se traduzcan en palabras sinceras al momento de impartir una directriz. La comunicación no es un mero intercambio de información; es una interacción humana que requiere un compromiso emocional y una honestidad palpable.

¿Y saben por qué esto es tan crucial? Porque ser “comercial”, en el sentido más profundo y trascendente del término, va más allá de una actitud positiva o de la pasión superficial. Es convertirse en una luz en la oscuridad del día a día, en un faro que guía y motiva a los demás. Cada acción, cada palabra que elegimos, moldea el presente y prepara el futuro. En tan solo cinco minutos, podemos componer esas “letras” que nos darán el valor necesario para ser verdaderamente entendidos y valorados.

Líderes, cuando mañana al despertar extiendan sus brazos hacia un nuevo día, tómense un momento para conectar con la esencia de lo que significa liderar. Compongan esa “letra” en la que se sienta la importancia de sus pares y la relevancia de los resultados que se esperan de ellos. Esto va mucho más allá de repetir conceptos motivacionales vacíos; es la esencia de la comunicación auténtica, la cual se resume en una pregunta fundamental: ¿cómo me gustaría que me hablaran a mí, de forma empática y considerada?

No se trata de decir más, sino de encontrar la manera más efectiva de ser escuchados. Y aunque parezca magia, esta aproximación verdaderamente dará resultados. Porque cada palabra que emane de ustedes, cargada de consideración y empatía, será recibida con la atención que se merece, resonando en la mente y el espíritu de quienes las escuchan.

Recordemos la sabiduría ancestral: “Cuida tus pensamientos, se vuelven tus palabras. Cuida tus palabras, ya que se vuelven tus acciones, y ellas en tu carácter, así como en tu destino.” La comunicación es el reflejo de nuestro mundo interior. Al cuidar lo que pensamos y cómo lo expresamos, estamos forjando no solo relaciones más sólidas, sino también un futuro más prometedor. En última instancia, como David O. McKay tan elocuentemente expresó, “Ningún éxito en la vida compensa el fracaso en el hogar.” Y en el contexto de la comunicación entre pares, podríamos reinterpretarlo como: ningún logro profesional es verdaderamente significativo si carece de la base fundamental de una comunicación humana y empática.



NUESTROS CLIENTES



Pedregal
the fruit company



BARSOL
PISCO



- + 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 Fábricas de Uva, Espárragos, Cítricos, Palta,



NAVES INDUSTRIALES

Diseñamos y Elaboramos Estructuras Metálicas para tus proyectos.



EDIFICACIONES

Diseñamos y Ejecutamos tus sueños.

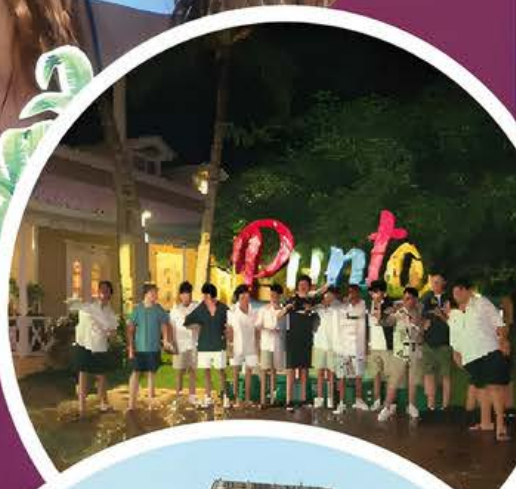


OBRAS HIDRÁULICAS

Diseñamos y Construimos Infraestructuras para el



PUNTA CANA



¡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

VINOS PATRIMONIALES

NUEVAS SENSACIONES POR REDESCUBRIR

Alan Watkin

Agrovinun Consult



Hoy en el mundo de los consumidores de vinos hay una tendencia por probar nuevos conceptos, por descubrir nuevos descriptores, el mundo de los blancos y los rosados es otra de las tendencias. Entre los nuevos conceptos también están los vinos naranjos y entre todos ellos, resurgen los vinos llamados “Patrimoniales”, autóctonos, de patrimonio, criollas, entre los principales sinónimos vineros.

Hoy estamos frente a un mercado en el cual se aceptan estilos de vinos con tendencia hacia los vinos naturales, sin intervención, sin roble nuevo, sin sulfitos. El sommelier acepta y puede explicar al consumidor vinos turbios, por supuesto que sean vinos sin defectos, pero la evolución de la profesión del sommelier también hace que comunicación de ese tipo de productos sea más fluida.

La vid es uno de los cultivos frutales más importantes del mundo. En Latinoamérica, las primeras plantas de vid fueron introducidas por los colonizadores españoles a inicios del siglo XVI. En cada uno de estos países, se cuenta con un gran número de variedades autóctonas, que se denominan “criollas”.

Actualmente, la recuperación y conservación de la diversidad genética de las variedades locales ha despertado un gran interés en el área de la viticultura en todo el mundo.

Este interés responde, en la mayoría de los casos, a una búsqueda de originalidad y tipicidad del vino ligada a la región. Pero el interés de estas variedades no se limita sólo a este aspecto, ya que constituyen la base de una riqueza genética, ecológica y agronómica, que puede contribuir a paliar los efectos del cambio climático en viticultura, tanto por la generación de resistencias a enfermedades como la adecuación a condiciones edafoclimáticas diversas. La recuperación e inclusión en el Registro de Variedades Comerciales de vid de España de variedades minoritarias es necesario para su protección y difusión y así potenciar la extensión de su cultivo.

Las cepas patrimoniales sudamericanas están despertando interés en los consumidores apasionados del vino que siempre están ávidos por conocer algo nuevo. Inspiran también a los degustadores experimentados porque están frente a algo que no conocen y que tiene una fuerte identidad y carácter. Además, las historias que contaron son verídicas, relatadas desde lo local, y difícilmente pueden inventarse. Una planta de doscientos años no se puede inventar, no puede reproducirse fácilmente, es algo único. Tiene una carga histórica fuerte, anclada a un lugar y debemos ser capaces de comunicarlo.

Por eso es tan importante el trabajo que todos vienen haciendo.

Todo esto se da con un movimiento simultáneo de recuperación de productos locales. Hoy en día, lo local es muy valorado y ese diálogo permanente entre lo local y lo que viene de afuera es continuo y dinámico. Pero, lo importante es que tenga un sentido, que tenga una historia, que tenga un mensaje. Todos hablaron del enoturismo, del atractivo que eso da, y de que es sumamente coherente para mantener las cepas del lugar y seguir explorando la diversidad.

Ahora como comité vitivinícola, seguimos impulsando la promoción de los vinos de variedades patrimoniales, ahora organizando el VI concurso nacional del vino peruano y el I concurso internacional de vinos de origen y patrimonio. Siendo nuestro país el promotor del conocimiento de estas variedades de uvas latinoamericanas, ya que como lo hemos mencionado, son vinos con personalidad propia, que el consumidor empezará a diferenciar y a sentirse orgulloso de sus raíces vitivinícolas.

Las raíces de las parras

No respetaron límites ni fronteras

El vino nos hizo más hermanos

Salud, por todos los latinoamericanos!

Organiza:



Cámara de Comercio,
Industria y Turismo
de Ica



VI Concurso Nacional del Vino Peruano

I Concurso Internacional de Vinos de Origen y Patrimonio



Para mayor información:
968 183 971 | 968 224 876

MENTALIZATE EN EL NEGOCIO - PARTE II

LIDERAZGO, VISUALIZACIÓN Y CONVICCIONES PODEROSAS

Magister Freddy Liendo Díaz

Autor del libro “En la línea de batalla”



Muchos clientes evalúan a la empresa con la que van hacer negocio dejando de lado a las empresas inestables y poco sólidas. Por esta razón es vital mantener sincronizadas las acciones estratégicas con el rol del líder y los clientes.

A la gente le gusta seguir a las personas ordenadas y cuyo liderazgo es evidente. A las personas talentosas no les gusta ser dirigidas por alguien poco profesional, falta de capacidad y sin experiencia: ellos generan resistencia. Lo mismo sucede con los clientes: ellos siguen a las personas preparadas y muchas veces descartan a las empresas que representan cuando ven poca preparación y estabilidad. Los clientes solo escogen a los ganadores. Sobre todo, los emprendedores quienes ya tienen la cuota en su interior “ganar y ganar” es su enfoque.

La sincronización es el accionar de un director de orquesta: los músicos deben saber lo que tienen que tocar y hacerlo bien, de lo contrario nadie prestará oídos a la ejecución musical. El liderazgo consiste en hacer que estos músicos se desempeñen adecuadamente. El líder es el articulador encargado de conseguir una sincronización total. “Conoce a tu equipo como a ti mismo” es una máxima que deben desarrollar los líderes.

La mentalización y sincronización es parte de la perseverancia. Para poder estar concentrados en un objetivo e insistir en su concretización, se tendrán que enfrentar un sinnúmero de factores limitantes. Pero solo perseverando se conseguirá el éxito a pesar de nuestros errores y fracasos; aprendiendo de estos conseguiremos una experiencia productiva que nos permita reinventarnos.

Estamos hablando de la importancia de prestar atención a la conexión de la mente y el cuerpo. Entender la manera cómo este binomio se comunica entre sí hace que podamos comprender a su vez la frontera entre la decisión y la entrega total para poder activar la “determinación” en el avance.

Cada vez que se sufre una tensión emocional, nuestra

mente envía señales a nuestro cuerpo, activando reacciones físicas. Si algo nos es perturbador, la reacción es agresiva. Si algo es favorable, la reacción es calmada y razonable.

La mente también necesita estar ejercitada y debidamente controlada. Puede que se genere una cierta “debilidad mental” en la ausencia de este control. Muchas veces se producen por convicciones equivocadas o limitaciones mentales. Lo cierto es que las convicciones movilizan energías que se mueven por todo el cuerpo y hacen que el ser humano sea perseverante, arriesgado, intrépido, audaz, entre otras cualidades.

Nuestras creencias encierran un inmenso abanico de opciones que nos permiten elegir lo más conveniente y favorable. Si creemos que algo va a suceder, y nos mentalizamos en ello, sucederá. Nuestras creencias atraen lo que nuestra mente focaliza. Lo filtra, procesa y ejecuta. Creer que no vas a alcanzar los objetivos es lo que genera la “debilidad mental”. Creer que sí se puede genera el fortalecimiento de la mente.

Otro elemento que se complementa es la visualización. Por ejemplo, hacer visible una imagen predeterminada aún no visible o un concepto de lo que se pretende alcanzar. La mente requiere la mayor tranquilidad posible y hay que librarla de cualquier interrupción que pueda afectar nuestra concentración.

Cuando organicé el tercer evento de “Emprendedores de éxito”, ya había visualizado el Auditorium del Colegio San Luis Gonzaga de Ica lleno de gente y, con esto en mente, trabajé en su organización. Algunos compañeros dudaban de que pudiera llenarlo. Me decían: “Con 300 personas es suficiente”. Les respondía: “¡No, asistirán más de 800!” Y finalmente asistieron más de mil. No fue casualidad, fue producto de enfoque, convicción y acción.

En el mundo de los negocios no basta con actuar, hay que visualizar y sincronizar cada paso. La verdadera victoria comienza en la mente.



ECONOMIA CIRCULAR EN ICA

ADN PARA EMPRENDEDORES QUE LIDERAN EL FUTURO

Jesús Vasquez

Experto en operaciones, seguridad, calidad, innovación y eficiencia



En el corazón de la agroindustria peruana, la región de Ica se ha consolidado como un gigante global en la producción de arándanos, uvas, espárragos, etc. Sin embargo, este crecimiento acelerado ha traído consigo desafíos ambientales y sociales significativos, como la presión sobre los acuíferos y la exclusión de pequeños productores.

Para enfrentar estos retos, la economía circular emerge no solo como una estrategia de sostenibilidad, sino como una filosofía de negocio que infunde un nuevo ADN en el emprendimiento local. Es la oportunidad para que los pequeños agricultores y las comunidades o centros poblados de Ica no solo prosperen, sino que también construyan un futuro próspero y equitativo para todos.

La economía circular se basa en el principio de “cerrar los ciclos” de los recursos. Lejos de la lógica lineal de “producir, usar y desechar”, este modelo invita a pensar en los residuos como insumos valiosos. En el contexto de los cultivos de arándanos, esto significa que las podas, las hojas y los frutos no comercializables dejan de ser un costo y se convierten en materia prima para nuevos productos. Este cambio de mentalidad es el primer paso para crear negocios más eficientes y rentables.

El camino hacia un modelo circular no es un esfuerzo aislado. Requiere una articulación robusta entre todos los actores clave del ecosistema, lo que se conoce como el Modelo de la Cuádruple Hélice. En Ica, este modelo cobra vida de manera práctica y tangible:

-La Academia, representada por universidades e institutos, se debe convertir en el motor de la innovación. Sus laboratorios deben investigar y validar procesos para, por ejemplo, convertir los residuos de la poda en biochar (carbón vegetal que enriquece el suelo) o en fertilizantes orgánicos, reduciendo la dependencia de insumos químicos.

-El Sector Privado, desde las grandes agroexportadoras hasta los pequeños emprendedores, adopta y escala estas tecnologías. Un ejemplo concreto es el de

Agrokasa, una de las mayores empresas del sector, que ha implementado una planta de tratamiento de aguas residuales para reutilizar el recurso, reduciendo su huella hídrica y demostrando que la sostenibilidad y circularidad genera valor.

-El Gobierno, a nivel nacional y regional, actúa como facilitador. A través de programas como ProInnovate, se ofrecen fondos y co-financiamiento para proyectos de innovación verde. Además, se promueve un marco regulatorio que incentiva la inversión sostenible y asegura la gobernanza de recursos vitales como el agua.

-La Sociedad Civil, compuesta por las comunidades, centros poblados y asociaciones locales, participa activamente, aportando conocimiento tradicional y asegurando que los beneficios de estos nuevos modelos sean inclusivos y justos. Las oportunidades de negocio en Ica, bajo este modelo, son inmensas. Aunque algunas iniciativas aún están en fase de investigación o piloto, su potencial es incuestionable:

-Revalorización de residuos: Emprendedores pueden especializarse en procesar los residuos del arándano para producir biochar o fertilizantes. Otra línea de negocio prometedora es la extracción de antioxidantes de las bayas no comercializables para la industria de alimentos y cosméticos, un proceso ya validado en laboratorios de la región latinoamericana.

-Gestión Hídrica Avanzada: La implementación de sistemas de riego inteligente y la reutilización de aguas tratadas no es solo una necesidad, sino una ventaja competitiva. Los emprendedores pueden desarrollar y ofrecer servicios de consultoría o tecnología para optimizar el uso del agua en los fundos. Así como el monitoreo en tiempo real de la calidad del agua.

-Plataformas de Colaboración: En el futuro, una plataforma digital podría conectar a los agricultores con proveedores de insumos circulares y maquinaria especializada, facilitando el intercambio de recursos, reduciendo costos y fomentando una economía compartida.



Este enfoque no solo fortalece a los negocios, sino que también contribuye directamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), como la erradicación de la pobreza (ODS 1) al crear nuevas fuentes de empleo, la gestión sostenible del agua (ODS 6), la promoción de la producción y el consumo responsable (ODS 12) y el fomento de alianzas estratégicas (ODS 17).

Es una hoja de ruta para que los emprendedores del valle no solo vendan productos, sino que construyan un legado. Un legado que respeta el medio ambiente, empodera a las comunidades y asegura que el progreso económico vaya de la mano con la sostenibilidad. Es el ADN que Ica necesita para seguir siendo líder, pero esta vez, en la vanguardia de una transformación global.

LVL DRINK

NUTRITION

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





Salgado

www.salgadoyasociados.com

 51-934 951 455

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

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

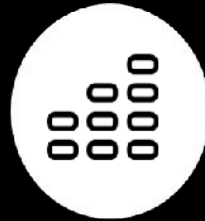
Construye su estrategia sobre estas bases y asegura una ejecución impecable, con enfoque en las ventas y fidelización del cliente. Esta ejecución se asegura con una cultura poderosa.



Asesoramiento
empresarial



Investigación
de mercado



Elaboración de
instrumentos

NUESTROS SERVICIOS

ENTREVISTA KF TOURS

TRES DÉCADAS EN EL TURISMO ESCOLAR

Raúl Salgado

CEO Salgado Consultores



Hablar de KF Tours es hablar de generaciones enteras de escolares cumpliendo uno de sus sueños más esperados: el viaje de promoción. Pero también es hablar de visión, constancia, reinversión y pasión por el servicio. Con más de 30 años en el mercado, esta agencia especializada en turismo escolar ha acompañado a miles de estudiantes en experiencias únicas que mezclan diversión, descubrimiento y valores. Y lo más hermoso de todo: hoy están llevando de viaje a los hijos de quienes, en su adolescencia, también viajaron con ellos. Es un legado vivo que emociona y, sobre todo, inspira.

Detrás de este proyecto están Karito Sanabria y Fernando Benavides, una dupla que no solo comparte vida, sino también vocación. Juntos han sabido construir una empresa que no se conforma con cumplir itinerarios, sino que se enfoca en crear recuerdos imborrables, cuidando cada detalle con profesionalismo y cariño.

Durante la entrevista que sostuvimos con ellos, ambos nos compartieron el detrás de cámaras de esta historia de emprendimiento sostenido. Y si hay algo que destaca desde el primer minuto, es la claridad de propósito que tienen: servir, proteger y personalizar. Tres pilares que no son solo slogans bonitos, sino prácticas vivas que han mantenido durante más de tres décadas.

Un viaje que comenzó con propósito

KF Tours nació con la convicción de que el turismo escolar podía ser mucho más que una salida recreativa. Carito y Fernando tenían claro que cada viaje debía ser una extensión del aprendizaje, pero también una oportunidad para fortalecer vínculos, autonomía y valores. Desde entonces, han diseñado propuestas que se adaptan a la identidad de cada institución educativa, sin perder la esencia de la experiencia grupal.

Sus programas no son genéricos: cada colegio, cada promoción, cada grupo tiene un acompañamiento único, porque entienden que cada viaje debe ser tan especial como quienes lo viven. Esto, sumado a su

impecable logística y atención al detalle, ha sido clave para ganarse la confianza de padres, profesores y directivos a lo largo de los años.

Tres pilares que se sienten en cada experiencia

A lo largo de la entrevista, Karito y Fernando hicieron énfasis en lo que consideran los tres pilares innegociables de KF Tours:

-El servicio cercano y humano: Desde el primer contacto hasta el regreso a casa, hay un acompañamiento constante. No se trata solo de cumplir con el itinerario, sino de estar atentos a las necesidades reales de cada viajero.

-La seguridad como valor central: Con protocolos claros, proveedores certificados y un enfoque preventivo, se aseguran de que cada estudiante y familia viaje con confianza y tranquilidad.

-La personalización como diferencial: No ofrecen “paquetes”, ofrecen experiencias diseñadas a medida. Esta capacidad de adaptarse a cada grupo, presupuesto, objetivo y contexto escolar, los ha mantenido relevantes y vigentes a lo largo de los años.

Anécdotas que cuentan el verdadero éxito

Una de las historias que más nos conmovió durante la entrevista fue cuando Karito compartió que acompañaron en un viaje de promoción a un estudiante cuya madre también había viajado con ellos décadas atrás.

Estas historias son el mejor reflejo del impacto profundo que KF Tours ha generado en las familias. Han construido relaciones que trascienden lo comercial; han sembrado confianza, y hoy cosechan lealtad.

Innovar sin perder la esencia

Lejos de quedarse en la comodidad de lo que ya conocen, Karito y Fernando han hecho de la innovación una rutina. Cada año, revisan, ajustan y reinventan sus propuestas. Introducen destinos nuevos, alianzas con experiencias culturales y educativas, actividades que fortalecen habilidades blandas o iniciativas eco-turísticas alineadas a las nuevas generaciones.



Te invitamos a ver la entrevista completa en este video:



HISTORIAS DE EMPRENDIMIENTO


Salgado
Consultores
de Estrategia



Evolutiva

Educación
Ejecutiva y
Empresarial



3E Modelo de gestión
Para el emprendimiento



TIP EMPRESA

DIRECTOR: Raul Salgado

EDITOR: Julio Ortiz

COLABORACION ESPECIAL:

- Leyla Wong
- Milagros Bohorquez
- Juan Carlos Lima
- Alejandro Castro
- Michael Segovia
- Alan Watkin
- Freddy Liendo
- Jesús Vasquez

