

Número 13 - Octubre 2024

ENTREVISTAS

CAROLINA ROJAS

Ha logrado transformar su amor por la moda en un proyecto de vida: "Malva Rosa".

FEDERICO J. GONZÁLEZ

Nos habla sobre su trabajo con personas en situación de vulnerabilidad, y su visión crítica del consumo problemático de sustancias. Además, reflexiona sobre el Dispositivo Dársena

COLDPLAY

Ha llevado su "Music of the Spheres Tour" a un nuevo nivel, integrando prácticas sostenibles que transforman la experiencia de los conciertos.

OPTIMUS

El robot protagonista de Tesla en evento "We, Robot"



CURSO ONLINE INTELIGENCIA ARTIFICIAL

¡DESCUBRE CÓMO INCORPORAR LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN TU LABOR EDUCATIVA Y DESTACA COMO UN DOCENTE INNOVADOR!

**INSCRÍBETE
¡YA!**



100% Accesible

Tendrás acceso a casos de estudio reales aplicados a la educación y adaptables a tu realidad docente.



Descarga de materiales

Tendrás ejercicios prácticos y recursos descargables para aplicarlos a tus necesidades.



Acompañamiento Permanente

Tendrás Apoyo y Acompañamiento del Tutor por medio de Chat en la plataforma educativa para desarrollar tus habilidades con Inteligencia Artificial.



Apoyo de la Comunidad

Tendrás acceso a la Comunidad de Alumnos del curso y podrás compartir tus dudas, comentarios, aprendizaje, en dónde recibirás el apoyo del tutor y de otros alumnos.

¡Por Fin! El programa más completo de Inteligencia Artificial para Todos los Niveles de Docencia.

26 EVENTO “WE, ROBOT”

El evento “We, Robot”, celebrado el 10 de octubre de 2024, presentó las innovaciones más recientes de Tesla en vehículos autónomos. Destacan el Cybercab, un taxi sin conductor, el Robovan, diseñado para transporte compartido, y su modelo Optimus, con miras a un futuro cada vez más automatizado.



04 COMERCIO MINORISTA

La tecnología está transformando el comercio minorista tradicional, permitiendo experiencias inmersivas y personalizadas.

06 CAROLINA ROJAS

Nos comenta cómo ha gestionado su vida personal y profesional, y los retos que enfrenta en su camino hacia el éxito en el diseño artesanal.

11 PRÉSTAMO DE INVERSIÓN

Solicitar un préstamo para inversión es una decisión que requiere reflexión y estrategia.

12 CENTRO DE CONTACTO

Crear un centro de contacto enfocado en el cliente implica procesos ágiles, tecnología adecuada y personal capacitado.

14 DESDE LA NECESIDAD

Convertir problemas cotidianos en soluciones de negocio puede ser la clave para iniciar un proyecto exitoso.

16 COLDPLAY

Coldplay ha llevado su “Music of the Spheres Tour” a un nuevo nivel, integrando prácticas sostenibles que transforman la experiencia de los conciertos.

20 FEDERICO J. GONZÁEZ

Nos habla sobre su trayectoria profesional, su trabajo con personas en situación de vulnerabilidad, y su visión crítica del consumo problemático de sustancias, y reflexiona sobre el Dispositivo Dársena y los proyectos que tiene para el futuro.

24 ENGAGEMENT

Mantener a los oyentes conectados en radios online requiere estrategias clave como interactividad, contenido relevante y transmisiones en vivo.

30 FOOD TRUCKS

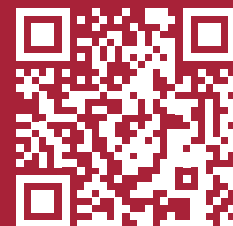
Los food trucks están revolucionando las ferias populares, ofreciendo una alternativa dinámica y asequible para emprendedores gastronómicos.

VIRTUANEX MAGAZINE es una revista digital distribuida por redes sociales, páginas web, Whatsapp y Telegram.

EDITOR: Cayo Acosta

magazine@virtuanex.com

Aparición quincenal - OCTUBRE - Nro. 13



El futuro del comercio minorista: tecnología para atraer clientes

La tecnología está transformando el comercio minorista tradicional, permitiendo experiencias inmersivas y personalizadas. A través de herramientas como la realidad aumentada, inteligencia artificial y análisis de datos, las marcas buscan conectar de manera más profunda con los consumidores.



FOTO: DALL-E

El comercio minorista tradicional ha sido uno de los sectores más impactados por la digitalización y los cambios en los hábitos de consumo.

Las tiendas físicas ya no pueden limitarse a ser puntos de venta; ahora deben ofrecer experiencias memorables y diferenciadoras para mantenerse relevantes en un mercado cada vez más competitivo. La clave para lograrlo está en la integración de tecnologías emergentes que puedan atraer y fidelizar a los consumidores de maneras innovadoras.

Aunque el comercio electrónico ha ganado terreno, las tiendas físicas siguen siendo importantes para los consumidores que valoran la experiencia sensorial, el contacto directo con los productos y la interacción humana. Sin embargo, las expectativas han cambiado. Los

clientes buscan más que una simple transacción; quieren experiencias que vayan más allá de lo habitual. Aquí es donde la tecnología entra en juego, transformando la manera en que las marcas se conectan con sus audiencias.

REALIDAD AUMENTADA

Una de las tecnologías que está marcando una gran diferencia en el comercio minorista es la realidad aumentada (AR, por sus siglas en inglés). A través de esta tecnología, los clientes pueden interactuar con los productos de formas innovadoras sin necesidad de adquirirlos físicamente. Un claro ejemplo de su uso es la posibilidad de “probar” productos virtualmente, como ocurre con aplicaciones de maquillaje que permiten ver cómo se vería un tono específico de labial en tiempo real, o con tiendas de muebles que permiten

visualizar cómo quedarían los productos en el hogar antes de comprarlos.

Esta integración de AR no solo crea una experiencia única, sino que también genera un nivel de interacción más profundo entre el consumidor y la marca, ayudando a fortalecer la relación. Además, para los minoristas, representa una oportunidad de ofrecer algo exclusivo que va más allá de la mera compra de productos, lo que puede ser un factor determinante para captar y mantener la atención de los clientes.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL

La personalización es otra tendencia clave en el futuro del comercio minorista, y la inteligencia artificial (IA) juega un papel crucial en este aspecto. A través del análisis de grandes volúmenes de datos, las marcas pueden entender mejor los hábi-

tos y preferencias de sus clientes, lo que les permite ofrecer recomendaciones personalizadas y experiencias a medida.

Por ejemplo, la IA puede analizar el historial de compras y comportamientos de un cliente en línea y en tienda para sugerir productos que se ajusten a sus gustos. Además, con chatbots y asistentes virtuales impulsados por IA, las marcas pueden brindar una atención al cliente más eficiente y disponible las 24 horas, mejorando la experiencia general del comprador.

Las tiendas físicas también pueden aprovechar esta tecnología mediante la implementación de sistemas de reconocimiento facial o análisis de comportamiento en tiempo real. Esto permite ajustar la disposición de los productos o enviar ofertas personalizadas a los clientes mientras recorren la tienda, creando una expe-

La clave está en ofrecer algo que los clientes no puedan obtener en línea: una experiencia personalizada, interactiva y memorable que los haga regresar.

riencia de compra única que combina lo mejor de lo físico y lo digital.

MEJOR TOMA DE DECISIONES

El uso de datos no solo beneficia a los consumidores, sino también a los minoristas. El análisis de datos se ha convertido en una herramienta poderosa para entender el comportamiento del cliente en profundidad. Los sistemas de análisis avanzados permiten rastrear qué productos generan mayor interés, en qué zonas de la tienda los clientes pasan más tiempo y cuáles son los factores que influyen en sus decisiones de compra.

Con esta información, los minoristas pueden optimizar la disposición de sus tiendas, mejorar su oferta de productos y crear campañas de marketing más efectivas. Además, los datos permiten identificar patrones de comportamiento,

predecir tendencias de consumo y ajustar la estrategia en tiempo real para satisfacer las demandas cambiantes del mercado.

LA EXPERIENCIA OMNICANAL

Otro de los aspectos fundamentales en la evolución del comercio minorista es la experiencia omnicanal. Los consumidores actuales ya no diferencian entre el mundo físico y el digital; esperan una experiencia fluida que les permita interactuar con las marcas a través de diversos canales sin fricciones.

La omnicanalidad consiste en ofrecer una experiencia cohesiva y consistente tanto en la tienda física como en las plataformas en línea, asegurando que el cliente pueda comenzar su proceso de compra en un canal y terminarlo en otro. Por ejemplo, un cliente podría investigar un producto en línea, verlo en la tienda

física y, finalmente, comprarlo a través de su smartphone desde casa.

Para implementar una estrategia omnicanal exitosa, las marcas deben integrar sus sistemas de inventario, marketing y atención al cliente, permitiendo a los consumidores moverse de un canal a otro de manera fluida. Esto no solo mejora la experiencia del usuario, sino que también aumenta las oportunidades de ventas al estar presente en múltiples puntos de contacto con el cliente.

INNOVACIÓN Y ADAPTABILIDAD

El futuro del comercio minorista tradicional dependerá en gran medida de la capacidad de las marcas para innovar y adaptarse a las nuevas tecnologías. Aquellos que logren crear experiencias de compra más profundas y significativas, utilizando herramientas tecnoló-

gicas de manera creativa, podrán captar la atención de los consumidores en un entorno cada vez más competitivo.

Además, es fundamental que las marcas mantengan un enfoque centrado en el cliente. Las tecnologías emergentes deben utilizarse no solo para mejorar la eficiencia operativa, sino también para crear conexiones emocionales con los consumidores. La clave está en ofrecer algo que los clientes no puedan obtener en línea: una experiencia personalizada, interactiva y memorable que los haga regresar.

En definitiva, la tecnología ofrece un sinfín de oportunidades para revitalizar el comercio minorista tradicional. La fusión de lo físico y lo digital, junto con la personalización y el análisis de datos, está marcando el camino hacia un futuro en el que las tiendas físicas no solo sobrevivirán, sino que prosperarán, brindando a los clientes una experiencia única que no pueden obtener en ningún otro lugar.

Apple AirPods Max

Audífonos Externos de Apple

- **Impresionante calidad de audio:** el controlador dinámico diseñado por Apple proporciona audio de alta fidelidad. El audio computacional combina un diseño acústico personalizado con el chip Apple H1 y el software para experiencias auditivas innovadoras.
- **Enfócate en lo que está reproduciendo:** la cancelación activa de ruido bloquea el ruido exterior para que puedas sumergirte en la música.
- **Escucha el mundo que te rodea:** el modo de transparencia te permite escuchar e interactuar con el mundo que te rodea.
- **Audio espacial personalizado:** con un sonido que se adapta a la forma única de tu oído junto con el seguimiento dinámico de la cabeza, los AirPods Max ofrecen una experiencia auditiva envolvente que coloca el sonido a tu alrededor. También puede escuchar canciones seleccionadas, programas y películas en Dolby Atmos.
- **Diseño acústico:** diseñado con un toldo de malla de punto y almohadillas de espuma viscoelástica para un ajuste excepcional sobre la oreja que sella perfectamente el sonido.
- **Experiencia mágica:** combina los AirPods Max simplemente colocándolos cerca de tu dispositivo y tocando Conectar en tu pantalla. AirPods Max pausa el audio cuando los quitas. Y la conmutación automática hace que escuchar entre tu iPhone, iPad y Mac sea completamente fácil.

COMPRA AQUÍ

CAROLINA ROJAS

ENTREVISTA DE NATALY PASTORIZA

Fundadora de "Malva Rosa", nos comparte su inspirador camino en el mundo del diseño artesanal. Desde su pasión por la moda hasta los desafíos de equilibrar su vida familiar y empresarial, su historia es un ejemplo de perseverancia, creatividad y amor por lo que hace.

FOTO: GENTILEZA

“No considero mi emprendimiento un trabajo, sino una forma de vida que amo”

“En mi día a día desayuno con algún prospecto y le voy dando forma con los deseos de mis clientes”.

Es una emprendedora apasionada y multifacética, ha logrado transformar su amor por la moda en un proyecto de vida: “Malva Rosa”.

En esta entrevista, nos habla sobre sus inicios, cómo ha gestionado su vida personal y profesional, y los retos que enfrenta en su camino hacia el éxito en el diseño artesanal. Su relato es una muestra de creatividad sin límites, perseverancia y el deseo constante de seguir innovando en un rubro donde busca dejar una huella única.

Al mirar hacia atrás y ver todo lo que has logrado hasta ahora, ¿cómo te sientes?

Me siento una persona privilegiada que ha descubierto lo que le apasiona y haciendo lo que me gusta no considero mi emprendimiento un trabajo sino una forma de vida que amo!

¿Cómo nació tu pasión por la moda y de qué manera la aplicas en tu día a día?

Desde que recuerdo a los 5 años hacía dibujos de niñas con vestidos, zapatos y accesorios pero el tiempo me llevo a otros ramos y recién hace unos años atrás que puedo cumplir y trabajar de lo que me apasiona. En mi día a día desayuno con algún prospecto y le voy dando forma con los deseos de mis clientes .

¿Qué sientes al ver que tus creaciones son utilizadas por personas que confían en tu talento?

Al verlas siento que no puedo parar y quiero crear cada día más cosas un sin fin de creatividad que da vueltas por mi cabeza.

Tu proceso personal como esposa, madre y



FOTO: GENTILEZA

emprendedora es admirable. ¿Cómo logras equilibrar estas facetas de tu vida?

Tengo la suerte de contar con un esposo todo terreno y 3 niñas muy expeditivas en esta área y las veo con muchas ganas de crear también dentro de su edad por lo que ya toda la familia hace parte de alguna forma de este proceso y va fluyendo. No fue fácil dar forma a Malva Rosa es también renunciar a otras cosas tener mucha paciencia y constancia.

¿Cómo te describirías a ti misma? ¿Quién es “Malva Rosa” desde

tu perspectiva personal?

Malva Rosa esta hecha realidad de las ganas de crear así como el pintor estampa su creatividad en un lienzo, en conjunto con las artistas que me rodean expresamos ese arte con los hilos haciéndolos tejidos. Exploramos hoy en día todo tipo de materiales no sólo hilos para poder crear una pieza única y no quedarnos solo con una técnica, eso es lo increíble de este arte que no tiene límites!

¿Qué papel juegan las redes sociales en tu empresa y cómo han influi-

do en tu crecimiento tanto a nivel personal como profesional?

A través de las redes sociales nos hicimos conocer y nos facilita cada día llegar a más gente de primera mano nuestro trabajo. Es el impulso pero uno debe no sólo llegar lo difícil es permanecer y es allí donde juega un papel importante la calidad de nuestros productos y la cordialidad en el trato a nuestros clientes consideramos estos dos puntos fundamentales.

Como empresa nos consideramos en crecimiento sin perder los valores que nos trajo hasta



FOTO: GENTILEZA



FOTO: GENTILEZA



FOTO: GENTILEZA



FOTO: GENTILEZA



FOTO: GENTILEZA



FOTO: GENTILEZA



FOTO: GENTILEZA



FOTO: GENTILEZA

acá, hay mucho todavía por qué apostar mucha mano de obra calificada y hacia allá apuntamos ya ser los mejores! En lo personal me siento satisfecha y bendecida de tener la oportunidad de hacer lo que me gusta ! Por tanto nunca estoy trabajando sino que me estoy expresando !

Como mujer multifacética, ¿qué consejo les darías a los jóvenes que desean seguir sus pasos en el mundo del emprendimiento y la moda?

Que lo hagan de jóvenes , no esperen a ser mayores para poder expresar lo que les gusta hacer haganlo hoy y ahora, persigan sis sueño, sean constantes .

¿Cómo organizas tu

rutina para gestionar todo lo que haces, combinando lo personal y lo profesional?

Al no tener que salir de casa por qué actualmente Malva Rosa se encuentra en la parte alta de mi domicilio es todo un poco más liado por qué mezclas tu vida laboral con lo familiar pero procuro que esto no se note a la hora de agendar con una cliente ser lo más profesional posible. ¡Es una lucha constante!

¿Cómo te imaginas en el futuro cercano y a largo plazo en el ámbito del diseño artesanal?

Me veo rompiendo barreras en el diseño artesanal, no quiero nunca que perdamos la esencia si bien lo empresarial es necesario también es importante crecer pero sin

perder de vista quiénes somos que la admiración y el ejemplar que ofrecemos sea siempre digno de apreciar y valorar.

¿Cuáles son tus planes y proyectos para los próximos años, específicamente para 2024 y 2025?

Cumplimos un año con Malva Rosa tejidos, queremos organizarnos y presentar desfiles propios darnos a conocer nuestra magia también aumentar los colaboradores internos para ofrecer un servicio más ágil , plataformas sociales hay mucho por hacer de momento no descuidamos el diseño!

Arriesgarse y apostar por los sueños no es fácil. ¿Cómo ha sido para ti esta experiencia de inno-

vación y superación personal?

Completamente satisfactoria aunque sacrificada no es fácil sobresalir en este rubro no queremos ser muchos de más queremos ser únicos !

Por último, ¿qué mensaje le darías a aquellos que sueñan con proyectos que parecen imposibles de lograr?

No es sólo soñar para hacer esto requiere primeramente de pasión por eso que vas a emprender al tener eso debes crear ese camino paso a paso con disciplina , constancia y nunca nunca ser negativo que no lo vas a lograr por qué eso jamás paso por mi cabeza nunca fue una posibilidad y así vas a ir viendo como uno mismo forjó su propio camino.



FOTO: GENTILEZA



FOTO: GENTILEZA



FOTO: GENTILEZA



FOTO: GENTILEZA



**¡Sí a la Paz
No a la Guerra!**



“
No hay camino para la paz,
la paz es el camino.
”
Mahatma Gandhi

<https://radio.conexionparaguay.com>



Regala Audible

Tu eliges la fecha de entrega, y ellos eligen exactamente lo que quieren.



A grid of Audible book covers including titles like 'Nunca Terminar' by David Goggins, 'El Saboteador' by Andrew Gross, 'Helena', 'Ser Humanos', 'El Camino del Libertario' by Javier Milei, 'Isabel Allende', and 'Como Ganar Amigos o Creer Sobre las Personas' by Dale Carnegie.

Cómo identificar el momento para solicitar un préstamo de inversión

POR JAVIER RAMÍREZ

Solicitar un préstamo para inversión es una decisión que requiere reflexión y estrategia. Para saber cuándo es el momento adecuado, hay que evaluar factores como las tasas de interés, las oportunidades del mercado y la estabilidad personal.

Cuando decidí solicitar mi primer préstamo para invertir, sentí una mezcla de entusiasmo y temor. Por un lado, sabía que el capital me permitiría hacer crecer mi negocio, pero por otro, era consciente del compromiso financiero que esto implicaba. Fue en ese proceso que entendí que no hay una respuesta única para saber cuándo es el momento perfecto, pero existen señales claras que ayudan a tomar una decisión informada.

EVALUAR LA OPORTUNIDAD DEL MERCADO

El primer aspecto que analicé antes de solicitar un préstamo fue el contexto del mercado. Esto es clave, ya que de nada sirve tener acceso a capital si no se presenta una oportunidad rentable. En mi caso, estaba considerando ampliar mi empresa justo cuando el mercado en el que operaba mostraba signos de crecimiento sostenido. Sin embargo, también había riesgos, y esto me obligó a hacer un análisis detallado del sector.

Cuando los mercados están en auge, puede ser tentador lanzarse sin más, pero es vital asegurarse de que la demanda que estás percibiendo no es efímera. Una pregunta clave que me hice fue: "¿Esta oportunidad es realmente escalable y duradera?" Si la respuesta hubiera sido no, probablemente habría retrasado la solicitud del préstamo.

LAS TASAS DE INTERÉS JUEGAN UN ROL DECISIVO

Otro factor determinante fueron las tasas de interés. Solicitar un préstamo cuando las tasas están bajas es, sin duda, una de las mejores estrategias para asegurar que el costo total del financiamiento sea el menor posible. Pero las tasas de interés no son estáticas, y predecir su comportamiento puede ser complicado.

En mi caso, aproveché un mo-

mento en que las tasas de interés eran accesibles, pero también me asesoré sobre la posibilidad de que estas pudieran subir en el futuro. Considerar este escenario es importante porque, dependiendo del tipo de préstamo, las tasas pueden ser fijas o variables. Decidí optar por una tasa fija para evitar sorpresas desagradables, pero cada inversor debe evaluar qué opción le resulta más conveniente según su perfil de riesgo.

CAPACIDAD DE PAGO: EL PILAR DE LA DECISIÓN

Un aspecto fundamental que a menudo se pasa por alto es la capacidad real de pago. En mi experiencia, antes de comprometerme con un préstamo, hice una revisión exhaustiva de mis finanzas. Este fue el paso que más tiempo me tomó porque quise asegurarme de que no solo podría pagar las cuotas del préstamo, sino que también tendría suficiente margen financiero para seguir operando y cubrir imprevistos.

Si no tienes un flujo de caja sólido y previsible, es mejor detenerse a reconsiderar. Pedir un préstamo en una situación de incertidumbre económica personal puede llevar al fracaso, sin importar cuán prometedora parezca la inversión. Además, el monto del préstamo debe estar alineado con las necesidades reales del proyecto. En mi caso, no pedí más dinero del que realmente necesitaba, porque aunque tener más capital suena atractivo, un préstamo más grande significa también una deuda mayor.

CONSEJO PROFESIONAL: UN IMPRESCINDIBLE

A lo largo de todo este proceso, conté con el asesoramiento de profesionales. Hablé con mi contador, con asesores financieros y también con colegas que ya habían pasado por situaciones similares. Estas conversaciones me dieron una perspectiva más clara y me ayudaron a evitar errores comunes. Los consejos profesionales me permitieron ver el panorama completo, y no solo enfocarme en los beneficios inmediatos que podría obtener.

Solicitar un préstamo para inversión es una decisión que puede mar-

car el rumbo de tu negocio o de tus finanzas personales. No se trata solo de tener una buena idea o de querer aprovechar una oportunidad en el mercado, sino de saber si, financieramente, estás preparado para asumir ese compromiso. Mi experiencia me ha enseñado que la planificación lo es todo. Si tienes claridad sobre las condiciones del mercado, las tasas de interés son favorables y tienes la capacidad de cumplir con los pagos, entonces es muy probable que estés en el momento correcto para solicitar ese préstamo.

LA PACIENCIA Y EL ANÁLISIS SON CLAVE

En resumen, la clave para solicitar un préstamo para inversión en el momento oportuno radica en el análisis cuidadoso de todos los factores involucrados. No se trata de actuar por impulso, sino de esperar pacientemente a que las condiciones sean las correctas. Así como me sucedió a mí, es posible que el momento adecuado no llegue de inmediato, pero con la preparación adecuada, sabrás identificarlo cuando llegue.

Al final del día, pedir un préstamo para invertir debe ser visto como una herramienta para potenciar el crecimiento, no como una solución desesperada. Tómate el tiempo necesario para evaluar tus opciones y no dudes en pedir ayuda si lo necesitas. A fin de cuentas, un préstamo es un compromiso que debe ser honrado, y la mejor manera de garantizar el éxito es estar completamente preparado.

Javier Ramírez es un emprendedor y consultor financiero con más de 15 años de experiencia en inversiones y estrategias de crecimiento empresarial. A lo largo de su carrera, ha asesorado a pequeñas y medianas empresas en la toma de decisiones financieras clave, ayudándolas a aprovechar oportunidades de mercado de manera sostenible. Apasionado por la educación financiera, escribe artículos de opinión en medios especializados para compartir sus conocimientos y experiencias, con el objetivo de empoderar a nuevos inversores a tomar decisiones informadas y responsables

Claves para crear un Centro de Contacto centrado en el cliente

Crear un centro de contacto enfocado en el cliente implica procesos ágiles, tecnología adecuada y personal capacitado. Conoce las mejores prácticas para diseñar una estrategia que priorice la experiencia del cliente, optimizando cada interacción y fomentando la fidelidad a largo plazo.



FOTO: ARCHIVO

Crear un Centro de Contacto centrado en el cliente es fundamental para cualquier empresa que busque destacar en un mercado cada vez más competitivo. Hoy en día, los consumidores no solo demandan productos o servicios de calidad, sino también experiencias personalizadas y satisfactorias en cada interacción.

Un Centro de Contacto eficiente puede marcar la diferencia entre un cliente fiel y uno perdido. A continuación, se detallan las estrategias clave para diseñar un Centro de Contacto que priorice las necesidades del cliente.

1. Conocer a fondo a tus clientes

El primer paso para crear un Centro de Contacto centrado en el cliente es en-

tender a quiénes te diriges. Esto va más allá de saber su nombre o los productos que compran. Implica conocer sus preferencias, hábitos de consumo, expectativas y frustraciones. Para ello, es fundamental contar con herramientas de análisis de datos que permitan identificar patrones y segmentar a los clientes en grupos específicos.

Una vez que se tiene una comprensión clara de quién es el cliente, es posible personalizar las interacciones. Por ejemplo, un sistema de CRM (Customer Relationship Management) bien implementado permite acceder a la información clave de cada cliente en tiempo real, facilitando una atención más ágil y eficaz.

2. Capacitar al personal para una atención excepcional

Un Centro de Contacto no puede ser centrado en el cliente sin un equipo que esté plenamente capacitado para entender sus necesidades y brindar soluciones efectivas. La formación continua es esencial para que los agentes del Centro de Contacto desarrollen habilidades como la empatía, la escucha activa y la resolución de problemas.

Además, es importante que los empleados se sientan empoderados para tomar decisiones que beneficien al cliente. Un ambiente de trabajo positivo, donde se valora la autonomía y el criterio del equipo, fomenta una mejor calidad en el servicio. La capacitación debe también enfocarse en el uso eficiente de las herramientas tecnológicas que facilitan la atención, como los sistemas de tic-

keting y las bases de conocimiento.

3. Implementar tecnología que mejore la experiencia del cliente

La tecnología es un pilar clave en la creación de un Centro de Contacto eficiente. Hoy en día, los clientes esperan tener múltiples canales para comunicarse con las empresas, ya sea a través de llamadas telefónicas, correos electrónicos, chat en vivo, redes sociales o aplicaciones de mensajería instantánea. La implementación de un sistema omnicanal garantiza que el cliente reciba una experiencia consistente sin importar el canal que utilice.

Además, el uso de inteligencia artificial (IA) y automatización en los centros de contacto puede mejorar significativamente la eficiencia operativa. Los chatbots, por ejemplo, son

útiles para resolver consultas básicas o guiar al cliente hacia el departamento adecuado sin la intervención humana. Sin embargo, es esencial que estas herramientas se usen con cuidado, ya que la interacción humana sigue siendo fundamental para resolver problemas complejos o para transmitir empatía en situaciones delicadas.

4. Medir y optimizar continuamente

Un Centro de Contacto centrado en el cliente no puede ser estático; debe evolucionar constantemente para adaptarse a las expectativas cambiantes de los consumidores. Por eso, es importante medir regularmente el rendimiento del Centro de Contacto a través de indicadores clave de desempeño (KPI). Algunas métricas útiles incluyen el tiempo promedio de resolución, la tasa de satisfacción del cliente (CSAT), el Net Promoter Score (NPS) y la primera resolución de contacto (FCR).

Las encuestas de satisfacción y los comentarios directos de los clientes también son herramientas valiosas para detectar áreas de mejora. Con esta información, se pueden realizar

ajustes en los procesos, la capacitación del personal o la tecnología utilizada, siempre con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente.

5. Crear una cultura centrada en el cliente

Una de las estrategias más poderosas para diseñar un Centro de Contacto orientado al cliente es fomentar una cultura organizacional centrada en el cliente. Esto significa que todos en la empresa, desde los altos ejecutivos hasta los empleados de primera línea, deben estar alineados con el objetivo de proporcionar una experiencia excepcional.

Para lograrlo, es importante que la visión de la empresa esté claramente comunicada y que los empleados se sientan parte de esa misión. Reconocer y recompensar el buen desempeño en el servicio al cliente puede ser una gran motivación. Además, contar con un liderazgo que predique con el ejemplo y priorice la experiencia del cliente en todas las decisiones estratégicas, es clave para mantener este enfoque a largo plazo.

6. Proporcionar soluciones rápidas y eficientes

La velocidad es uno de los factores más valorados por los clientes cuando interactúan con un Centro de Contacto. Resolver una consulta o problema rápidamente mejora significativamente la experiencia del cliente. Para lograr esto, es crucial contar con procesos ágiles y con un sistema que permita a los agentes acceder rápidamente a la información que necesitan.

El uso de herramientas como bases de conocimiento internas y sistemas de gestión de tickets puede ayudar a los empleados a encontrar respuestas y soluciones de manera eficiente. Además, es importante que los centros de contacto minimicen la transferencia de llamadas entre departamentos. Cada vez que un cliente es transferido, su nivel de frustración aumenta. Por ello, es preferible que el primer agente con el que el cliente interactúe esté capacitado para resolver la mayor cantidad de problemas posibles.

7. Ofrecer personalización y seguimiento

El cliente actual valora que las empresas recuerden sus preferencias y antecedentes, lo que permite personalizar la experiencia

de manera efectiva. Esto no solo implica usar su nombre durante la conversación, sino también anticiparse a sus necesidades basadas en interacciones anteriores.

El seguimiento después de una consulta o problema resuelto es otro aspecto clave para generar confianza y fidelización. Un simple mensaje o llamada de verificación posterior puede demostrar al cliente que su satisfacción es realmente importante para la empresa.

Crear un Centro de Contacto centrado en el cliente requiere de una combinación de tecnología avanzada, personal altamente capacitado y procesos que prioricen la eficiencia y la personalización. Al implementar estas estrategias, las empresas no solo mejoran la experiencia del cliente, sino que también fortalecen la lealtad y aumentan su competitividad en el mercado. En un mundo donde la atención al cliente se ha convertido en un diferenciador clave, diseñar un Centro de Contacto verdaderamente centrado en el cliente es una inversión estratégica que puede garantizar el éxito a largo plazo.



Emprender desde la necesidad: encontrar soluciones innovadoras

Cuando una crisis golpea, el ingenio emprendedor florece. Convertir problemas cotidianos en soluciones de negocio puede ser la clave para iniciar un proyecto exitoso. Este artículo explora cómo emprendedores han aprovechado desafíos personales y sociales para crear empresas sostenibles y disruptivas, con la necesidad como principal motivación.



FOTO: DALL-E

El concepto de emprender se ha transformado drásticamente en las últimas décadas. En el pasado, muchos emprendimientos nacían de una visión innovadora o un deseo de independencia económica. Sin embargo, en la actualidad, un número creciente de negocios exitosos tiene su origen en la necesidad. Esta tendencia ha demostrado que las circunstancias adversas pueden ser un potente catalizador para la creación de soluciones ingeniosas y sostenibles.

La frase “la necesidad

es la madre de la invención” refleja perfectamente esta dinámica. Cuando una persona se enfrenta a un problema, especialmente si ese problema afecta su calidad de vida o la de su comunidad, su mente empieza a buscar formas de solucionarlo. Esto se convierte en el caldo de cultivo ideal para ideas de negocio, ya que quien mejor que alguien que ha experimentado el problema de primera mano para ofrecer la solución adecuada.

SEMILLA DEL EMPRENDIMIENTO

El emprendedor im-

pulsado por la necesidad no inicia su negocio por un simple deseo de éxito económico o de reconocimiento. Su motor es mucho más profundo: resolver una dificultad que afecta su vida diaria o la de su entorno. Estos problemas pueden ir desde cuestiones personales, como la falta de productos especializados para una condición de salud, hasta desafíos sociales o globales, como el acceso limitado a recursos esenciales en comunidades desfavorecidas.

Un claro ejemplo de esto son las empresas que han surgido para combatir la crisis ambiental. Mu-

chos emprendedores han desarrollado soluciones para reducir la contaminación plástica o promover el uso de energías renovables, no solo por conciencia ambiental, sino porque sus comunidades están directamente afectadas por los efectos del cambio climático. Estos problemas no solo los afectan de forma individual, sino que impactan al planeta en su totalidad, lo que genera una oportunidad de negocio con alto valor social.

Otro caso ejemplar es el de emprendedores en áreas rurales que, al no tener acceso a ciertos servicios o productos, crean

Los problemas que enfrentamos, tanto a nivel personal como social, son también puertas abiertas a nuevas oportunidades de negocio.

sus propios modelos de negocio para satisfacer esas carencias. A menudo, la necesidad de sobrevivir, adaptarse y mejorar su situación les empuja a crear soluciones innovadoras que pueden escalarse y replicarse en otros mercados.

PROBLEMAS EN OPORTUNIDADES

Existen numerosos casos de emprendedores que han logrado transformar problemas en oportunidades exitosas. Un ejemplo icónico es el de Sara Blakely, fundadora de la marca Spanx. Antes de crear su multimillonario imperio de ropa moldeadora, Blakely era una vendedora de fotocopiadoras que, frustrada por la falta de prendas interiores cómodas y funcionales, decidió crear su propia solución. Lo que comenzó como una necesidad personal se convirtió en una marca global, con millones de clientes que compartían su problema.

Otro caso es el de Emprendemos Juntos, una iniciativa nacida en una pequeña comunidad en Colombia, donde un grupo de mujeres artesanas vio una oportunidad en la comercialización de productos tradicionales que, hasta entonces, solo fabricaban para su propio uso.

Al no tener acceso a mercados más amplios, estas emprendedoras buscaron formas de profesionalizarse, conectar con compradores y, con el tiempo, exportar sus productos. Así, un problema de limitación de recursos se transformó en una oportunidad de negocio internacional.

OPORTUNIDADES EN MEDIO DE LA CRISIS

Para emprender desde la necesidad, no basta con tener un problema; es crucial tener una mentalidad proactiva y abierta a la innovación. Aquí algunos pasos clave para transformar la adversidad en una oportunidad:

1. Identificación clara del problema: Antes de buscar soluciones, es fundamental entender el problema en profundidad. ¿Es un desafío personal o lo experimentan también otras personas? ¿Qué impacto tiene y cómo podría resolverse?

2. Investigación de mercado: Una vez identificado el problema, es vital investigar si ya existen soluciones disponibles. Si es así, ¿por qué esas soluciones no son suficientes o adecuadas? La respuesta a esta pregunta puede abrir la puerta a un nicho de mercado sin explotar.

3. Creatividad e innovación: La mayoría de los

emprendimientos exitosos nacidos de la necesidad involucran algún grado de creatividad. A veces, la solución no es evidente, y los emprendedores deben pensar de manera innovadora para encontrar un enfoque único o disruptivo.

4. Validación de la idea: Antes de lanzarse de lleno al mercado, es importante validar la idea. Esto puede hacerse mediante encuestas, pruebas piloto o simplemente compartiendo la idea con otros para obtener retroalimentación. Validar el concepto asegura que la solución propuesta tiene viabilidad real y puede generar tracción en el mercado.

5. Escalabilidad: Una vez resuelto el problema inicial, los emprendedores deben considerar cómo hacer crecer su negocio. Si bien muchos comienzan solucionando un problema local o personal, la clave está en descubrir si su solución podría aplicarse en otros contextos o mercados.

DESAFÍOS COMUNES AL EMPRENDER

Si bien emprender por necesidad puede ser una experiencia gratificante y generar soluciones de alto impacto, no está exento de desafíos. Los emprendedores que inician desde este punto a menudo se

enfrentan a la falta de recursos, ya sea capital, conexiones o conocimientos empresariales.

Además, el riesgo de personalizar demasiado la solución es otro obstáculo común. A veces, lo que funciona para resolver un problema personal no necesariamente es aplicable a un público más amplio. Es por ello que la validación y la adaptabilidad son factores clave para asegurar el éxito a largo plazo.

Por último, la resistencia al cambio también puede dificultar la aceptación de nuevas soluciones. Esto es especialmente cierto en sectores tradicionales o donde los consumidores están acostumbrados a métodos establecidos. Aquí, la educación del mercado y una fuerte estrategia de comunicación juegan un papel fundamental.

Emprender desde la necesidad es un proceso que requiere valentía, creatividad y perseverancia. No obstante, la historia ha demostrado que aquellos que son capaces de identificar oportunidades en medio de la adversidad suelen ser los más innovadores y resilientes.

Los problemas que enfrentamos, tanto a nivel personal como social, son también puertas abiertas a nuevas oportunidades de negocio. Así que, si estás ante un desafío, puede que sea el momento perfecto para iniciar tu propia aventura emprendedora.



Organic India - Té orgánico de Tulsi, té de hierbas, 18 saquitos de infusión, 1 paquete



Organic India - Té orgánico de Tulsi, té de hierbas, 18 saquitos de infusión, 1 paquete



Ayush Herbs Biogymnema, suplemento de hierbas ayurvédicas totalmente naturales con gimnasia, melón amargo y cromo, apoya el metabolismo saludable, 90 cápsulas vegetarianas.



Hierbas ayurvédicas (All-in-1) Suplemento Suministro de 2 meses - Ayurveda Mind, Body & Spirit Herbal Blend Complex con 17 Ingredientes Activo - Natural Ayurvedico.



FOTO: RALPH LARMANN

Revoluciona los conciertos con su gira sostenible

Coldplay ha llevado su "Music of the Spheres Tour" a un nuevo nivel, integrando prácticas sostenibles que transforman la experiencia de los conciertos. Con pisos cinéticos que generan energía, efectos especiales ecológicos y un enfoque inclusivo, la banda no solo ofrece música espectacular, sino que lidera una revolución verde en la industria del entretenimiento, inspirando a otros a seguir su ejemplo.

Coldplay ha llevado su Music of the Spheres Tour a un nuevo nivel, integrando prácticas sostenibles que transforman la experiencia de los conciertos. Con pisos cinéticos que generan energía, efectos especiales ecológicos y un enfoque inclusivo, la banda no solo ofrece música espectacular, sino que lidera una revolución verde en la industria del entretenimiento, inspirando a otros a seguir su ejemplo.

La gira *Music of the Spheres* de Coldplay no solo destaca por su música, sino por su compromiso

so con el medio ambiente. El grupo ha implementado innovadoras medidas sostenibles, como la generación de energía mediante pisos cinéticos y bicicletas. Esta iniciativa busca reducir las emisiones de carbono y redefinir la experiencia de los conciertos.

APUESTA POR UN FUTURO MÁS VERDE

La gira *Music of the Spheres* no es una gira convencional. Con el objetivo de reducir su huella de carbono en un 50%, la banda británica ha integrado una serie de innovaciones tecnológicas y prácticas sostenibles que están

revolucionando la forma en que se realizan los conciertos masivos. Esta gira no solo es un espectáculo musical, sino un laboratorio de sostenibilidad en vivo, con soluciones que podrían tener un impacto duradero en la industria del entretenimiento.

ENERGÍA CINÉTICA Y BICICLETAS

Uno de los aspectos más impresionantes de esta gira es la manera en que involucran a sus fans para generar energía durante los conciertos. Coldplay ha instalado pisos cinéticos en diversas partes del estadio, los cuales

capturan la energía producida por el movimiento del público al bailar. Además, han colocado bicicletas estacionarias que permiten a los asistentes pedalear y contribuir a la carga de baterías que alimentan el escenario. De este modo, el propio entusiasmo de los fans se convierte en energía real que impulsa el espectáculo.

USO DE ENERGÍAS RENOVABLES

Siempre que es posible, los conciertos de *Music of the Spheres* se alimentan con energía de fuentes 100% renovables, aprovechando la infraestructura



FOTO: RALPH LARMANN

local o mediante el uso de paneles solares y baterías de bajo impacto. También, para el transporte de la banda y el equipo, se priorizan los vehículos eléctricos o de biocombustible. Además, Coldplay ha minimizado la necesidad de vuelos privados, optando por vuelos comerciales y compensando las emisiones inevitables con el uso de combustibles sostenibles de aviación (SAF).

MATERIALES ECOLÓGICOS

Coldplay ha cuidado hasta el último detalle para reducir el impacto ambiental de su gira. Los escenarios se construyen con materiales reciclados y reutilizables, como el acero reciclado, y se usan efectos especiales sostenibles, como confeti biodegradable y fuegos artificiales de baja emisión. Además, han reducido drásticamente la producción de las icónicas pulseras LED que entregan a los asistentes, reutilizándolas después de cada show.

Para gestionar los residuos generados en los conciertos, la banda ha colaborado con los estadios para establecer programas de reciclaje y eliminar el uso de plásticos de un solo uso. En algunos casos, incluso se han distribuido botellas reutilizables y se

han instalado estaciones de recarga de agua para los asistentes.

COMPROMISO SOCIAL Y ACCESIBILIDAD

Más allá de la sostenibilidad ambiental, Coldplay también ha apostado por la inclusión social en sus conciertos. Han instalado sistemas de interpretación en lenguaje de señas para personas con problemas de audición y han creado plataformas especiales para que las personas con discapacidad visual puedan disfrutar del espectáculo. Este enfoque accesible demuestra que su compromiso es con todos los aspectos de la experiencia del público, haciendo que sus conciertos sean más inclusivos.

INNOVACIÓN EN TRANSPORTE

Coldplay ha lanzado una aplicación móvil, en colaboración con SAP, que permite a los fans calcular su huella de carbono al asistir a los conciertos y recibir recompensas por elegir medios de transporte sostenibles. Además, por cada entrada vendida, la banda se compromete a plantar al menos un árbol, contribuyendo así a la reforestación global y compensando las emisiones generadas por los viajes de sus asistentes.

UN MODELO A SEGUIR PARA LA INDUSTRIA

Con la gira *Music of the Spheres*, Coldplay está mostrando que es posible combinar el entretenimiento masivo con prácticas responsables y sostenibles. Esta ambiciosa iniciativa no solo está marcando un hito en la industria de

la música, sino que también está inspirando a otras bandas y eventos a replantearse su impacto ambiental.

Coldplay no solo está ofreciendo conciertos memorables, sino que está creando un legado más allá de la música: un futuro más sostenible y consciente para la industria del entretenimiento.

Canal Musical

LA MEJOR OPCIÓN PARA SONORIZAR TU ESTABLECIMIENTO COMERCIAL

[+595981819637](tel:+595981819637)

- Sonido ininterrumpido 24 horas
- Músicas de acuerdo a característica del local
- 5 mensajes de identificación con voces neuronales. Modificable por mes
- Subdominio con nombre del negocio y reproductor
- COSTO DE INSTALACIÓN: Gs. 100.000.-
- COSTO MENSUAL: Gs. 150.000.-
- COSTO ANUAL: 1.200.000.- Sin costo de instalación.

BARISTA AVANZADO

CURSO ONLINE

¿Deseas empezar una trayectoria nueva, una oportunidad para transformar tu vida?

¿Quieres fortalecer tus conocimientos en el mundo del barismo y saber si esta profesión es para tí?

¿Quieres aprender sobre el mundo tridimensional del latte art?



Agenda Emprendedora Para Triunfar

Desarrollo Personal

Planifica tu ÉXITO

EBOOK

- ▶ Registrar tus metas y objetivos
- ▶ Anotar tus ideas y pensamientos.
- ▶ Distribuye tu tiempo de manera eficiente.
- ▶ Mantén tus actividades y proyectos organizado.
- ▶ Lleva un registro constante de tus avances.



EDITA TUS PROPIOS VIDEOS

Aprende a manejar:

PREMIERE Y AUDITION

VAS A CONVERTIRTE EN UN MAESTRO DE LA EDICION DE AUDIO Y VIDEO, COLORIZACION, MANEJANDO LOS PROGRAMAS MAS POTENTES ADOBE PREMIERE PRO Y AUDITION.

DESCUBRE HOY MISMO LOS SECRETO PARA CREAR VIDEOS IMPRESIONANTES Y VIVIR DE ELLO SIN DEPENDER DE EQUIPOS COSTOSOS NI PERDER EL TIEMPO VIENDO MILES DE TUTORIALES.



EL NEGOCIO DE

amazon fba

VENDE PRODUCTOS DESDE CUALQUIER PAÍS



Domina Excel como un profesional

Aprenderás a utilizar Excel de manera eficiente, aumentando tu productividad y abriendo nuevas puertas en tu carrera



PASITO A PASITO CREA TU PRIMER Podcast

Simple guía en español para guiarte en tu maravillosa aventura de crear, grabar y monetizar tu primer podcast en menos de 72 horas.

Si eres autor, autora, emprendedor o emprendedora o simplemente deseas hacer tu primer podcast y no tienes conocimiento o destrezas en internet, este paso a paso te guiará de manera efectiva.



El poder de ser: lo que deseas ya es parte de ti mismo

POR MARÍA FERNÁNDEZ

A menudo nos enfrentamos a la pregunta: ¿Qué es lo que realmente quiero? La respuesta puede parecer esquiva o cambiar con el tiempo. Pero algo que he aprendido en mi propio camino es que lo que deseas ya está en ti. No me refiero a un enfoque mágico, sino a una realidad que muchos pasan por alto: ya eres la persona que tiene lo que anhelas, solo necesitas verlo.

Cuando entendí esto, me liberé de la constante búsqueda externa. Creí pensando que mis deseos solo se cumplirían cuando lograra ciertos hitos: un trabajo ideal, una relación perfecta o un estado financiero cómodo. Pero con el tiempo, comprendí que lo que deseaba no era solo el objeto o el logro en sí, sino la sensación, la identidad, el estado de ser que estos representaban. ¿Y qué sucedió cuando decidí que esa identidad ya me pertenecía?

Empecé a actuar desde un lugar de plenitud, como si lo que quería ya estuviera en mi vida. Y, lo más interesante, es que al hacerlo, comencé a atraer oportunidades y personas que resonaban con esa nueva energía. No fue un proceso de “fingir hasta que lo logres”, sino más bien de recordar quién ya soy en esencia. Este cambio de perspectiva transformó mi manera de ver el mundo.

Por supuesto, este enfoque no significa ignorar los esfuerzos o la disciplina. Lo que implica es trabajar desde un lugar de seguridad y confianza, no desde la escasez o la ansiedad por lo que falta. Cuando nos reconocemos como alguien que ya es capaz, digno y completo, dejamos de aferrarnos a



la idea de que algo externo nos otorgará esa sensación de satisfacción. El éxito deja de ser una montaña por escalar y se convierte en una extensión de lo que ya somos.

Hoy te pregunto a ti: ¿qué es lo que realmente quieres? ¿Cómo te sentirías si ya lo tuvieras? Si puedes conectarte con esa sensación en el presente, descubrirás que el primer paso hacia tus metas es aceptar que ya eres esa persona. Desde ahí, lo que desees vendrá a ti, no porque estés incompleto, sino porque estás actuando desde tu propia plenitud.

En definitiva, lo que buscas ya es parte de ti. No tienes que buscarlo afuera; está dentro, esperando ser reconocido. Ya eres suficiente.

Los avisos contienen un enlace de afiliado, lo que significa que ganaremos una comisión si compra a través de él. Los ingresos de los afiliados ayudan a respaldar todo nuestro contenido gratuito.

Engancha y Vende con TikTok

Aprende paso a paso a emprender en esta plataforma cada vez más popular

MARKETING PARA PIZZERIAS

Atrae clientes todos los días utilizando FACEBOOK

FEDERICO JAVIER GONZÁLEZ

ENTREVISTA DE NATALY PASTORIZA

Psicólogo y psicoanalista, nos habla sobre su trayectoria profesional, su trabajo con personas en situación de vulnerabilidad, y su visión crítica del consumo problemático de sustancias. Además, reflexiona sobre el Dispositivo Dársena y los proyectos que tiene para el futuro.

FOTO: GENTILEZA

“El psicoanálisis es una forma de mirar el mundo”

Ha dedicado gran parte de su vida profesional a explorar las profundidades de la mente humana desde una perspectiva crítica y comprometida con la realidad social. Con una formación sólida en psicoanálisis, González ha trabajado en contextos desafiantes, como cárceles y centros de atención a personas con consumo problemático de sustancias. En esta entrevista, nos comparte sus experiencias, su visión del psicoanálisis como una filosofía de vida, y su incansable búsqueda de soluciones para las adicciones. Además, nos habla sobre sus proyectos futuros, su lucha por un enfoque integral y humano en el tratamiento de adicciones y reflexiona sobre el Dispositivo Dársena.

Al mirar atrás y ver todo lo que has logrado, ¿qué sentimientos te invaden?

Si bien es cierto, trato de no pensarme en términos de logros y resultados que a veces puede sonar exitista y llevarnos por caminos vinculados con la competencia con relación a los demás, y sobre todo definir estos logros en términos cuantitativos. Sí me parece algo interesante destacar que en los últimos tiempos me siento como una especie de roca en proceso de esculpir y que va tomando forma y que va manifestando algunas especificidades, algunas características que me hace sentir de alguna manera conforme conmigo mismo como que veo lo que va manifestándose, está a tono con cómo me siento y con cómo quiero vivir mi vida, entonces, bueno eso creo que es un logro importante creo que eso es algo que pensaría como un logro.

¿Qué te motivó a estudiar psicología y cómo influyó tu interés por el



FOTO: GENTILEZA

“Soy un aficionado a la música desde siempre, me considero rockero de alguna manera tanto en la vida como en mi práctica profesional, toco la percusión y la batería me gusta mucho compartir e Intercambiar, dialogar sobre música”.

psicoanálisis en tu trayectoria?

Yo siempre estuve fascinado con el psicoanálisis, no recuerdo bien ni cuando, muy adolescente me encontré con los primeros textos de Freud y aluciné con la idea de que existe algo que responde a cosas que diríamos que no son directamente relacionadas con el plano consciente y que son las que dirigen en muchos casos respuestas conductas etcétera. Me interesa el psicoanálisis me interesó siempre el psicoanálisis como un planteo filosófico, para mí

el psicoanálisis es una filosofía, es como un marco teórico desde el cual mirar el mundo, y bueno desde ese lugar siempre me llamó la atención desde muy temprana edad digamos, de mi juventud y bueno, la psicología era lo más cercano. La psicología tiene un poco de esta distinción con el psicoanálisis, si pensamos en que en la psicología tanto evolutiva como la psicología en general existen cosas que se suponen que deben ser como que son como deben ser o que deben ser como son, y bueno y no apela tanto

a la subjetividad y a lo no dicho en este marco sino está muy conectada con el plano consciente y bueno y ahí como que hay una grieta pero al mismo tiempo hay una comunicación entre estas 2 visiones del mundo que ahora me toca vivirlo bastante de cerca en el sentido de conjugar el psicoanálisis con la psicología para pensar consumo problemático de sustancias que es a lo que me dedico profesionalmente hace ya algunos años.

¿Cómo describirías la experiencia de trabajar en el sistema penitenciario, particularmente con personas que padecen consumo problemático de sustancias?

Trabajar en la cárcel ha sido conocer la realidad a menor escala de una realidad más amplia que se vive en todo el país y eso implica ver de cerca las consecuencias de las injusticias, la desigualdad y situaciones de supervivencia humana que llegan a extremos que no merecerían llamarse humanos. En la cárcel no hay grandes corruptos, en la cárcel no hay grandes asesinos, en la cárcel no hay genocidas, no hay violadores de derechos humanos, lo que hay son personas pobres tratando de sobrevivir a las consecuencias de una sociedad altamente desigual. Y eso definitivamente duele, cuestiona, cada fibra de lo que pensamos y particularmente de lo que yo pensaba y principalmente pensando en personas que consumen sustancias, personas con consumos problemáticos dentro de la cárcel, bueno, la sustancia termina siendo como un aliciente, termina siendo como un bálsamo ante las realidades extremas que se viven ahí adentro.

DARSENA es un proyecto que lideras con gran compromiso. ¿Cómo surgió la idea y qué te impulsa a seguir adelante?



FOTO: GENTILEZA

“Me hace vivir todos los días como si fuera el último, como un presente constante”.

Dársena es: dispositivo de atención recuperación y seguimiento en adicciones. Es un dispositivo de atención al consumo problemático de sustancias de manera ambulatoria. Sería lo que se llama un tratamiento ambulatorio intensivo, y dársena surge como respuesta o una necesidad de adaptar la técnica terapéutica a las necesidades particulares de personas que están conviviendo con consumo de sustancias y que también en algunos casos tienen una patología dual, es decir, tienen otros trastornos asociados al consumo problemático de sustancias. El trabajo que hacemos tiene una perspectiva de derechos y sobre todo tiene como protagonista al usuario de su tratamiento, con la persona en consumo es con quien armamos el plan de tratamiento y vamos trabajando esas necesidades y evolucionando de la mano con el paciente hasta lograr niveles de calidad de vida superior. Es una tarea muy

desafiante, todos los días surgen nuevas consignas, nuevas respuestas, nuevas preguntas, por lo que estamos constantemente estimulados a continuar en la tarea de mejorar la técnica y ofrecer lo mejor posible, lo más amplio y certero posible de manera que podamos albergar realmente a la subjetividad en el dispositivo

Has publicado varios libros. ¿Cómo es el proceso creativo detrás de ellos y qué mensaje esperas que transmitan a tus lectores?

Bueno, yo escribo desde muy niño, desde niño juntaba ideas de diferentes cuentos que leía y lo contaba a mi manera o versionaba algunos textos que había leído, siempre lo sentí como un asalto, la inspiración como un pulso, como algo que sale y es empujado manifestarse, y bueno en ese sentido entiendo la inspiración como el punto de partida desde ese lugar. Así he escrito

sobre filosofía, el análisis filosófico de la sociedad es algo que siempre está de alguna manera haciéndome preguntas y dándome algunas respuestas, ese fue mi impulso también crítico porque lo que escribo son generalmente eso, ensayos críticos sobre temas diversos y bueno, transversalizados casi siempre por el tema del consumo de sustancias o las adicciones en general, y también impulsó el libro de “Adicción Capital” que fue lo último que he escrito, un deseo de analizar un poco sociológicamente, políticamente el problema de las adicciones y no solamente como un tema individual digamos, como un problema de adicciones que tiene una persona determinada. Creo que el objetivo central de lo que escribo es intentar tirarle algunas piedras a los cimientos tan duros que tenemos de algunas verdades concebidas como tales, diría Derrida, deconstruir algunas ideas sobre lo que se supone real, realidad y repensarlas para poder quizás emprender el viaje hacia la construcción de alguna de esas formas que suenan diversas y que suenan diferentes, divergentes en sobre todo como una voz de rebeldía a lo instituido

En la era digital, las redes sociales han cambiado muchas dinámicas. ¿Qué impacto crees que tienen sobre las conductas adictivas, especialmente en jóvenes?

Las redes sociales han llevado a las adicciones comportamentales a otro nivel, y es que no hay precedente con relación a la vertiginosidad del estímulo que provocan hoy las redes sociales. Ese estímulo intermitente que funciona como un reforzador de la conducta a través de baños de dopamina que recibe nuestro cerebro y de esa forma recompensa la conducta de repetición y eso ocurre a una velocidad que no tiene precedentes

en la historia. Ni hablar en relación con los videojuegos que básicamente repiten el mismo patrón, pero con mayores niveles de estímulo y con mayor velocidad. Esto está generando una baja tolerancia a la frustración como de base que sostiene niveles de ansiedad basales que son problemáticos para la interacción social cotidiana de adolescentes y jóvenes, inclusive niños. En este sentido consideró que el problema central tiene que ver con la incapacidad de aburrimiento, la inmediatez que genera este vínculo con las redes sociales con los videojuegos y los sistemas de recompensa virtual que hacen que lo cotidiano, lo normal entre comillas, lo real sea poco estímulo para lo que estamos acostumbrados o necesitamos

Como psicólogo y defensor de un país libre de tabaquismo y otras adicciones, ¿crees que es posible lograr una verdadera conciencia sobre los peligros de estas sustancias, especialmente entre niños y adolescentes?

La industria tabacalera es un gigante que tiene prácticas más parecidas a el mercado ilegal que a la industria formal. Históricamente han comprado científicos, médicos, han financiado propaganda durante más de cien años con la intención de vender un producto que genera grave enfermedades como si fuera inocuo y hacerlo de una manera que además parezca como que generan algún tipo de beneficio a la sociedad. El timo actual de la industria tabacalera tiene que ver con vendernos vapeadores como si fueran sustitutos del cigarrillo combustible, vendernos cigarrillos electrónicos como si fuera reducción de daños en el tratamiento al tabaquismo, cuando en realidad se trata de llegar a un mercado que de otra manera no hubieran llegado, que es el



FOTO: GENTILEZA

“Tengo un hijo de 3 años que es todo un experimento, y una experiencia cotidiana”.

mercado adolescente. Por eso es importante la lucha contra las tabacaleras para poder regular su poderío, a pesar de que es, de pie a cabeza definitivamente, una lucha desigual

Tu libro Ciencia, Droga y Rock and Roll tiene un enfoque único. ¿Cómo surgió la idea y qué temas principales exploras en él?

El libro “Ciencia, droga y rock roll” es probablemente lo más autobiográfico, aunque no lo parezca, tiene que ver con una crítica a la ciencia, a lo científico como algo hegemónico, como algo dado. Esta concepción de la ciencia como el único espacio de generación de conocimiento y de construcción de conciencia sobre la realidad es una visión que siempre he criticado y que está puesta este libro. Y por otro lado desde el psicoanálisis que es mi campo de estudio y se podría decir mi marco filosófico, busco encontrar un formato que tenga

una coherencia interna y que logre generar transformaciones y que logre esa manera ser un conocimiento seriado, lo cual es para mí un conocimiento científico. Y es en el tratamiento de las adicciones, en el abordaje del consumo problemático de sustancias donde he desarrollado mi técnica de una manera más amplia, entonces por eso la droga también forma parte de este texto, además con la intención de destigmatizar ciertas concepciones sobre las adicciones y las personas usuarias de sustancias en pos de la Inclusión y el respeto por la diversidad. Y por otro lado soy un aficionado a la música desde siempre, me considero rockero de alguna manera tanto en la vida como en mi práctica profesional, toco la percusión y la batería me gusta mucho compartir e Intercambiar, dialogar sobre música, es una de mis aficiones, entonces ese es como el marco en el que se desarrolla el texto. “Ciencia, droga y rock roll” es

un texto crítico, así como todo lo que he descrito hasta ahora, un diálogo, una interacción entre estos 3 elementos que tienen distintas discusiones a lo largo de la historia. El momento en el que se encuentran la ciencia la droga y el rock roll allá a finales de los años de 1800, la música negra que sale de la esclavitud para hacerse libre a través de la composición musical y la expresión musical, algunos elementos vinculados con el rock and roll como resistencia ante la dictadura stronista en Paraguay, y una mirada hacia el futuro del rock'n'roll a nivel mundial, y también a nivel local en función a cómo sería un nuevo rock and roll, el rock and roll de esta nueva era.

Mirando hacia el futuro, ¿qué proyectos y planes tienes para los años 2024 y 2025?

Actualmente estoy bajando la idea de la necesidad del tiempo libre, la idea de la necesidad del aburrimiento como fenómeno necesario para la construcción, como fenómeno necesario para la creatividad y la nueva idea, para el surgimiento nuevas cosas. Considero que bajar revoluciones con relación a la vertiginosidad que se vive hoy en día a nivel mundial con las redes sociales con todo lo que implica la hiperconexión, es necesario para no perdernos, para no perder nuestra esencia humana. Así que bueno quizá se venga algún tipo de investigación, alguna línea investigativa vinculada con este tema. Por otro lado estoy trabajando en la construcción del método Dársena, que eso sí está pensado para ser publicado el año que viene, el método darsena es el método del dispositivo de atención Recuperación y seguimiento en adicciones, que es la clínica desde la cual trabajamos el consumo problemático de sustancias, y bueno creemos que desde ya hace algún tiem-

po tenemos como una herramienta interesante para este abordaje y queremos compartirlo, queremos compartirlo con las personas usuarias de sustancias, con profesionales del área y para personas que quisieran hacer este abordaje pero que no tienen una formación, porque en nuestro país es un tema que aún se aborda desde otro tipo de acercamientos, pero que no son acercamientos profesionales basados en el trabajo del tratamiento ambulatorio integral, qué es lo que hacemos nosotros en Dársena, entonces queremos darlo a conocer el año que viene.

Finalmente, ¿cómo te describirías a ti mismo como ser humano, profesional, esposo y padre?

Bueno yo soy una persona sensible, muy conectada con la vulnerabilidad humana en general. Creo que me han forjado situaciones y experiencias vividas en contextos muy vulnerados, donde la desigualdad se manifiesta de una manera muy cruda, desde los bañados de Asunción hasta las cárceles, y creo que eso también me hace mucho valorar la vida en lo más simple, soy una persona muy enamorada de la naturaleza de los animales, del vínculo humano profundo, de los libros, de los cuentos, de todo aquello que tenga que ver con relatos humanos. Tengo un hijo de 3 años que es todo un experimento, y una experiencia cotidiana que de alguna manera me hace vivir todos los días como si fuera el último, como un presente constante, y valoro mucho su conexión conmigo y mi conexión con él, tenemos un vínculo muy especial. Esto es algo que compartimos con su mamá, que es mi compañera de vida y mi compañera también en lo laboral y en lo investigativo, ella es psiquiatra, y bueno, juntos hacemos todo lo posible por no enloquecer en el intento de criar.

Estrategias de engagement para aplicar en radios online

Mantener a los oyentes conectados en radios online requiere estrategias clave como interactividad, contenido relevante y transmisiones en vivo. Estas herramientas permiten crear una comunidad activa, generar mayor engagement y mejorar la experiencia del usuario, lo que fomenta la lealtad y la participación continua del público.



FOTO: ARCHIVO

Con el auge de las radios online, mantener el interés y la lealtad de los oyentes es un desafío creciente. La oferta digital ha multiplicado las opciones disponibles, haciendo que captar y retener una audiencia constante sea un proceso más complejo.

Ante este panorama, las radios en línea deben adoptar estrategias que no solo atraigan nuevos oyentes, sino que también aseguren que aquellos que ya sintonizan regresen con frecuencia. Estas estrategias se enfocan en generar engagement, o compromiso, a través de la interactividad, la relevancia del contenido y la conexión en tiempo real mediante transmisiones en vivo.

1. La interactividad: clave para la participación activa

Una de las principales ventajas de las radios online sobre las tradicionales es la capacidad de interactuar con los oyentes de forma más directa e instantánea. Las plataformas digitales permiten a las emisoras recibir comentarios en tiempo real a través de chats, redes sociales o incluso encuestas en vivo, lo que crea un diálogo bidireccional con la audiencia. Esta interacción transforma a los oyentes en participantes activos, que sienten que sus opiniones son valoradas y que tienen un rol en la programación.

Un ejemplo exitoso de esta interactividad se da en emisoras que implementan la posibilidad de votar por las próximas canciones o

temas a discutir en un programa en vivo. Además, el uso de redes sociales como Twitter o Instagram para responder a comentarios o sugerencias permite que los oyentes se sientan más involucrados con la emisora. Esta retroalimentación constante aumenta la satisfacción y fomenta la creación de una comunidad fiel.

2. Creación de contenido relevante y personalizado

En un ecosistema digital saturado, el contenido es el rey. Las radios online tienen la ventaja de poder segmentar a su audiencia con mayor precisión, lo que les permite ofrecer programas que realmente interesen a su público objetivo. Esto es crucial para mantener el engagement. Mientras más cercano sea el contenido a

los intereses y preferencias de los oyentes, mayor será la probabilidad de que estos permanezcan conectados.

Para lograr esto, las emisoras deben recurrir a herramientas de análisis de datos que identifiquen patrones de consumo y preferencias. Plataformas como Spotify, por ejemplo, han demostrado cómo la personalización puede incrementar el compromiso del usuario. Las radios online deben tomar nota de estos enfoques y generar contenidos que no solo informen, sino que también entretengan y aporten valor a sus oyentes.

Asimismo, explorar nuevos formatos de contenido, como podcasts temáticos o programas sobre actualidad, también resulta efectivo para captar la

atención de diferentes nichos de oyentes.

3. Transmisiones en vivo: conectando en tiempo real

El atractivo de la radio siempre ha sido su capacidad para transmitir en vivo, y esta característica se magnifica en el entorno online. Las transmisiones en vivo no solo brindan inmediatez, sino que también generan una sensación de urgencia y exclusividad que mantiene a los oyentes atentos. Eventos en vivo como entrevistas a celebridades, conciertos exclusivos o transmisiones deportivas son excelentes maneras de mantener a la audiencia conectada y activa.

Además, las emisiones en directo pueden complementarse con experiencias multimedia. Algunas emisoras online ya integran video en sus transmisiones, brindando a los oyentes la posibilidad de ver lo que sucede detrás del micrófono. Este tipo de interacción visual agrega un nuevo nivel de compromiso y enriquece la experiencia del usuario.

El streaming en vivo también permite que los oyentes participen activamente en tiempo real, ya sea a través de mensajes de texto, videollamadas o interacciones directas con los conductores del programa. Esto fortalece el

sentido de comunidad y exclusividad, generando un vínculo emocional más fuerte entre la radio y su público.

4. Uso de la gamificación para potenciar el engagement

Otra estrategia innovadora para incrementar el compromiso es la gamificación. Al introducir elementos lúdicos, como concursos, trivias o desafíos, las radios online pueden motivar a los oyentes a participar de manera activa y frecuente. Estos juegos o competencias pueden estar ligados a premios como entradas para conciertos, menciones especiales o acceso a contenido exclusivo.

La gamificación no solo fomenta la participación inmediata, sino que también incentiva la repetición. Los oyentes se sienten motivados a regresar para seguir participando, lo que aumenta su lealtad hacia la emisora.

5. Creación de comunidades alrededor de la emisora

Las radios online tienen la capacidad de construir auténticas comunidades de oyentes que comparten intereses comunes. Un enfoque eficaz para esto es fomentar la creación de grupos o foros en redes sociales donde los oyentes puedan interactuar no solo



Las radios online tienen la capacidad de construir auténticas comunidades de oyentes que comparten intereses comunes.

con los conductores del programa, sino también entre ellos. Esto genera un espacio donde los usuarios pueden compartir experiencias, recomendaciones o simplemente debatir sobre los temas discutidos en la radio.

Estas comunidades también actúan como embajadoras de la emisora, promoviendo el contenido de manera orgánica y ayudando a atraer nuevos oyentes. Además, el sentido de pertenencia a un grupo aumenta el compromiso de los oyentes actuales, ya que sienten que forman parte de algo más grande que solo una radio.

Mantener el engagement en una radio online

va más allá de solo ofrecer buena música o programas interesantes. Es necesario establecer un vínculo con los oyentes mediante la interactividad, la creación de contenido relevante, las transmisiones en vivo y la implementación de elementos de gamificación. Las emisoras que logran fomentar una comunidad activa y participativa tendrán mayores posibilidades de mantener a su audiencia conectada, logrando no solo incrementar el tiempo de escucha, sino también la lealtad a largo plazo. En la era digital, el compromiso de los oyentes es la clave para el éxito de las radios online.

En RADIO CAFÉ, creemos que cada canción cuenta una historia. Únete a nosotros y descubre un espacio donde las letras se convierten en acordes, donde cada nota es una expresión de emoción.

RADIO café.

Radio GPT Paraguay

Descarga la aplicación de "RADIO GPT Paraguay" en tu dispositivo Android ahora mismo.



FOTO: TESLA

Tesla lanza su futuro con los Cybercab y Robovan autónomos

El evento "We, Robot", celebrado el 10 de octubre de 2024, presentó las innovaciones más recientes de Tesla en vehículos autónomos. Destacan el Cybercab, un taxi sin conductor, y el Robovan, diseñado para transporte compartido. Elon Musk ofreció detalles sobre cómo estos avances transformarán la movilidad urbana y el papel de los robots, incluyendo su modelo Optimus, con miras a un futuro cada vez más automatizado.

En su evento "We, Robot", Tesla reafirmó su apuesta por la movilidad autónoma y el futuro de la automatización robótica. Entre las novedades destacadas, Elon Musk presentó el Cybercab, un taxi totalmente autónomo, y el Robovan, una furgoneta de transporte compartido con capacidad para 20 pasajeros, ambos destinados a revolucionar el transporte urbano. Estas innovaciones están diseñadas para operar sin intervención humana, posicionando a Tesla en el corazón de la evolución tecnológica del transporte.

Además, se mostró el robot humanoide Optimus, que interactuó con

los asistentes del evento, simbolizando el creciente enfoque de la compañía en la robótica avanzada. Con un precio estimado entre \$20,000 y \$30,000, el Optimus promete ser accesible para diversas industrias que buscan automatizar tareas repetitivas y complejas. Según Musk, estos avances no solo buscan mejorar la movilidad, sino también integrar a los robots en la vida cotidiana.

Este evento refleja la visión de Tesla de un futuro automatizado, donde los vehículos sin conductor y los robots humanoideos desempeñen un papel clave en la sociedad, prometiendo reducir la congestión urbana y los costos operativos



FOTO: @cb_doge - X

"Una conversación entre el robot Tesla Optimus y un humano es lo mejor que verás en Internet hoy en día".

Tesla revoluciona el transporte con Cybercab y Robovan autónomos

El evento “We, Robot”, realizado el 10 de octubre de 2024, no solo trajo novedades en robótica, sino que desveló la visión de Tesla para la movilidad del futuro. Entre los anuncios más impactantes, Elon Musk presentó el Cybercab, un taxi totalmente autónomo, y el Robovan, una furgoneta diseñada para transporte compartido, capaces de operar sin intervención humana.

Estos vehículos estarán propulsados por la tecnología de conducción autónoma Full Self-Driving (FSD) de Tesla, que se espera revolucionará las ciudades con un modelo de movilidad más eficiente y seguro.

La funcionalidad de estos vehículos promete reducir el tráfico y los costos de transporte a largo plazo. Según Musk, la clave es democratizar el uso de estas tecnologías, haciendo accesibles soluciones que antes solo eran parte de la ciencia ficción. El Cybercab, por ejemplo, busca convertirse en una alternativa masiva al transporte público



FOTO: TESLA

y privado, mientras que el Robovan está pensado para abordar la creciente demanda de transporte colectivo en las ciudades.

La presentación del Cybercab se produce mientras Musk intenta persuadir a los inversores de que su empresa se centra más en la inteligencia artificial y la robótica mientras lucha por vender sus productos principales, una línea antigua de vehículos eléctricos.

La línea de modelos

de Tesla está en dificultades y no es probable que se renueve hasta fines del próximo año como mínimo, escribió el analista de TD Cowen Jeff Osborne en una nota de investigación la semana pasada.

Osborne también señaló que, en opinión de TD Cowen, la “politización de Elon” está empañando la marca Tesla entre los compradores demócratas en Estados Unidos.

Musk ha respaldado al

candidato presidencial republicano Donald Trump y ha promovido muchas causas conservadoras. El fin de semana pasado, acompañó a Trump en un mitin en Pensilvania.

Musk lleva más de cinco años diciendo que está cerca una flota de robotaxis, lo que permitirá a los propietarios de Tesla ganar dinero haciendo que sus coches transporten pasajeros mientras sus propietarios no los utilizan.

ESTA ES TU GRAN OPORTUNIDAD

NEGOCIO INFINITO

Desarrolla habilidades para Emprender

Accede a programas de formación diseñados para que aprendas nuevas habilidades a tu propio ritmo, desde cualquier rincón del mundo y en el horario que mejor se adapte a ti.

¡No esperes más!

MATERIALIZA TU IDEA CON ESTA GUIA PARA EMPRENDEDORES DIGITALES

Natasha Trocel te guía magistralmente, a través de un viaje honesto, hacia la creación y consolidación de tu propio emprendimiento en el mundo digital. Con un enfoque paso a paso, este manual desglosa cada fase del proceso, desde la conceptualización inicial hasta la implementación práctica.

COMPRALO Y EMPRENDE YA



FOTO: TESLA

Elon Musk dijo que espera que Optimus produzca una “transformación fundamental para la civilización”.

Optimus: El robot protagonista de Tesla en evento “We, Robot”

El robot humanoide Optimus fue una de las estrellas del evento “We, Robot” de Tesla, demostrando su capacidad para realizar tareas físicas de forma autónoma. Durante el evento, Optimus interactuó con el público, ejecutando movimientos complejos como levantar objetos y realizar labores repetitivas, mostrando su precisión y flexibilidad.

Este robot está diseñado para revolucionar sectores como la manufactura, con la capacidad de realizar tareas que anteriormente requerían intervención humana. Con un enfoque en la eficiencia, Optimus promete facilitar el trabajo en entornos industriales y otros campos.

Lo que distingue a Optimus es su accesibilidad: Tesla tiene la intención de ofrecer este robot a un precio entre \$20,000 y \$30,000, haciéndolo competitivo y atractivo para una amplia gama de industrias.

Su diseño, que recuerda a una figura humanoide, le permite moverse de manera natural y realizar actividades que requerirían un nivel avanzado de automatización.

ASISTENTE AUTÓNOMO

Durante el evento, Elon Musk resaltó el potencial de Optimus no solo como herramienta de trabajo, sino como un asistente autónomo que podría desempeñar múltiples roles en nuestra vida cotidiana. Este avance coloca a Tesla en el centro del debate sobre el futuro de la automatización, donde los robots humanoides jugarán un papel esencial en la transformación del trabajo y el hogar.

Con Optimus, Tesla reafirma su visión de un futuro donde los robots y los vehículos autónomos convivirán con los humanos, contribuyendo a la eficiencia y mejorando la calidad de vida



FOTO: TESLA

El robot humanoide Optimus se robó el espectáculo en el evento “We, Robot” el jueves por la noche en el estudio Warner Bros Discovery en Nueva York.

Tesla y el futuro robótico: Claves para emprendedores

El reciente evento “We, Robot” de Tesla dejó claros dos mensajes: el futuro de la movilidad será autónomo, y los robots jugarán un rol central en la vida diaria. Con la presentación del Cybercab, Robovan y, especialmente, Optimus, Elon Musk trazó una hoja de ruta hacia la automatización masiva. ¿Qué implicaciones tiene esto para los emprendedores?

NUEVAS OPORTUNIDADES

El anuncio de Optimus, un robot humanoide accesible, abre una nueva frontera para las startups. Sectores como la manufactura, logística, agricultura y servicios podrán adoptar este tipo de tecnología para automatizar tareas repetitivas. El precio competitivo de Optimus (estimado entre \$20,000 y \$30,000) permite que las pequeñas y medianas empresas, no solo los gigantes industriales, puedan aprovechar el potencial de la robótica avanzada.

Los emprendedores que integren robots en sus procesos productivos podrán aumentar la eficiencia y reducir costos operativos a largo plazo. Además, Tesla ofrece una plataforma escalable, lo que permitirá a las empresas adaptar el uso de Optimus según sus necesidades.

MOVILIDAD AUTÓNOMA

Con el Cybercab y el Robovan, Tesla se posiciona como líder en la próxima revolución del transporte. Estas soluciones sin conductor crean oportunidades en la economía colaborativa, ya que los emprendedores podrán desarrollar modelos de negocio basados en servicios de movilidad bajo demanda sin necesidad de contratar conductores. Empresas emergentes en el sector de la movilidad pueden crear

Optimus fue diseñado para realizar “tareas útiles” y debería alcanzar una eficiencia óptima y estar listo para su compra en 2025.

flotas autónomas, optimizando costos y mejorando la logística urbana.

Además, el enfoque de Tesla en ofrecer estos vehículos como servicios por suscripción sugiere que los emprendedores tendrán nuevas formas de integrarse al ecosistema de movilidad, aprovechando las plataformas tecnológicas de la compañía sin incurrir en grandes gastos iniciales.

AUTOMATIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN

Si bien estos avances son emocionantes, también plantean retos. La adopción de robots como

Optimus podría cambiar la estructura laboral, ya que muchas tareas manuales serán automatizadas. Los emprendedores deberán adaptarse a esta realidad, buscando formas de reentrenar a sus equipos o enfocarse en tareas más especializadas que requieran intervención humana.

Este cambio puede generar oportunidades para nuevos modelos de negocio centrados en la educación, capacitación y consultoría sobre el uso de la robótica en diferentes industrias. Aquellos que se posicionen como expertos en la implementación

de robots humanoides y vehículos autónomos estarán bien preparados para liderar la transformación digital.

Los anuncios en “We, Robot” subrayan que la automatización será una fuerza disruptiva en los próximos años. Los emprendedores que adopten estas tecnologías no solo podrán optimizar procesos y reducir costos, sino que también estarán a la vanguardia de la innovación. El éxito residirá en identificar las oportunidades que ofrece este nuevo ecosistema tecnológico y en adaptarse rápidamente a los cambios que traerá la robótica avanzada y la movilidad autónoma. Tesla, una vez más, ha mostrado que el futuro está más cerca de lo que pensamos, y los emprendedores tienen la oportunidad de formar parte de esa revolución.

Tu marca, al ritmo de la música que mueve al mundo

Conecta con miles de oyentes apasionados por la música a través de nuestras radios y canales musicales. Llegas a tu audiencia ideal mientras disfrutan de sus artistas favoritos

HAZ QUE TU MARCA DESTAQUE EN CADA NOTA MUSICAL. AUMENTA TU VISIBILIDAD Y ESTABLECE UNA CONEXIÓN EMOCIONAL CON TU AUDIENCIA

¡Reserva tu espacio publicitario ahora y amplifica tu marca en Musicanal 24!

+595 981819637

Smartphone displaying: RADIO PAREHARA, RADIO ALMA, RADIO CONEXIÓN DIGITAL, RADIO CONEXIÓN PARAGUAY, RADIO EN POSITIVO.

El auge de los food trucks en ferias: oportunidades para 2025

Los food trucks están revolucionando las ferias populares, ofreciendo una alternativa dinámica y asequible para emprendedores gastronómicos. En 2025, se prevé un crecimiento significativo de este modelo de negocio, permitiendo a los emprendedores expandir su alcance con menor inversión inicial y mayor flexibilidad.



FOTO: ARCHIVO

En los últimos años, los food trucks han dejado de ser una simple moda pasajera para convertirse en una tendencia sólida dentro del sector gastronómico.

Este fenómeno se ha visto potenciado por su presencia en eventos y ferias populares, donde han encontrado un espacio propicio para crecer y atraer una clientela diversa. De cara a 2025, las ferias locales y regionales se perfilan como un terreno fértil para los emprendedores que buscan una manera accesible y rentable de entrar en el mercado de la comida rápida y gourmet.

¿Por qué los food trucks

ganan popularidad en las ferias?

Una de las razones clave del auge de los food trucks en ferias populares es su flexibilidad. A diferencia de los restaurantes tradicionales, que requieren una localización fija y una inversión considerable en infraestructura, los food trucks permiten a los emprendedores moverse a donde esté la demanda. Las ferias, que suelen atraer grandes multitudes en busca de experiencias nuevas y alimentos originales, se han convertido en una plataforma ideal para este tipo de negocios.

Además, la facilidad de adaptación a distintos escenarios geográficos y la capacidad de ofrecer menús personalizados para

cada evento hacen de los food trucks una opción atractiva tanto para los organizadores como para los clientes. Según estudios de mercado recientes, se espera que en 2025 la industria de los food trucks en ferias crezca un 15%, impulsada por el aumento de la demanda de opciones gastronómicas innovadoras y rápidas.

BENEFICIOS PARA EMPRENDEDORES

Para los emprendedores, los food trucks representan una oportunidad con múltiples ventajas. En primer lugar, la barrera de entrada es mucho más baja que la de un restaurante convencional. Un camión de comida implica menos costos iniciales, ya que no

es necesario alquilar un local ni invertir en una infraestructura costosa. Este factor es particularmente relevante para los jóvenes emprendedores que buscan probar nuevas ideas de negocio sin asumir riesgos financieros excesivos.

Otra ventaja significativa es la movilidad. Al operar un food truck, los emprendedores pueden participar en diferentes eventos, ferias o festivales según las temporadas o la demanda, maximizando sus ingresos en épocas de mayor afluencia. Por ejemplo, durante el verano, las ferias al aire libre y los festivales de música suelen ser puntos estratégicos donde un food truck puede generar ventas elevadas en pocos días.

Además, los food trucks permiten a los emprendedores probar y ajustar sus menús de manera ágil. Si una propuesta no funciona en un evento, se puede cambiar fácilmente para el próximo. Esta capacidad de adaptación es clave en un mercado gastronómico que está en constante cambio, donde las tendencias de consumo evolucionan rápidamente.

INNOVACIÓN Y TENDENCIAS EN 2025

El crecimiento de los food trucks también está vinculado a su capacidad de incorporar innovaciones tecnológicas. En 2025, los emprendedores que integren soluciones tecnológicas como pagos sin contacto, apps de entrega y sistemas de pedidos en línea tendrán una ventaja competitiva importante. Estas herramientas no solo mejoran la experiencia del cliente, sino que también optimizan la operación diaria del negocio, facilitando la gestión de pedidos y reduciendo tiempos de espera.

Asimismo, la sostenibilidad será un tema central. Cada vez más consumidores buscan opciones gastronómicas que sean amigables con el medio ambiente, lo que ha llevado a un aumento en la

popularidad de los food trucks que utilizan ingredientes orgánicos, envases biodegradables y fuentes de energía alternativas, como los vehículos eléctricos o híbridos. Los emprendedores que se alineen con estas demandas del mercado tendrán mayores oportunidades de captar una clientela leal y consciente.

Por otro lado, la personalización será una tendencia importante. Los clientes valoran la posibilidad de tener opciones únicas y adaptadas a sus gustos y necesidades dietéticas. Los food trucks que ofrezcan menús inclusivos, como opciones veganas, sin gluten o basadas en ingredientes locales, tendrán mayor éxito en 2025.

CLAVES PARA EL ÉXITO

Para aprovechar al máximo el auge de los food trucks en ferias populares, los emprendedores deben tener en cuenta varios factores clave:

1. Ubicación estratégica: Identificar las ferias y eventos más concurridos en cada temporada es fundamental para asegurar una alta demanda. Estar presente en los festivales o ferias más populares puede marcar la diferencia entre un negocio rentable y uno que no lo es.

2. Experiencia del cliente: Ofrecer más que solo comida es esencial. Los clientes buscan experiencias completas, que incluyan un servicio rápido y amable, una presentación atractiva y una historia detrás de cada platillo. Un food truck con identidad propia atraerá a más consumidores.

3. Marketing digital: En la era digital, una fuerte presencia en redes sociales es crucial para promocionar un food truck. Los emprendedores que utilicen plataformas como Instagram o TikTok para mostrar su proceso de cocina, sus ingredientes y sus eventos tendrán una ventaja sobre aquellos que no lo hagan.

4. Innovación constante: El mercado gastronómico es altamente competitivo, por lo que los emprendedores deben mantenerse al día con las nuevas tendencias culinarias y tecnológicas. Cambiar y actualizar el menú, así como incorporar nuevas herramientas digitales, puede marcar la diferencia en el éxito de un food truck.

DESAFÍOS A CONSIDERAR

A pesar de las oportunidades, también existen desafíos en este mercado.

La competencia es cada vez más fuerte, lo que significa que destacar entre la multitud es esencial. Además, los emprendedores deben enfrentar regulaciones locales, como permisos y normativas sanitarias, que varían según la ciudad o el evento.

Otro desafío es la estacionalidad. Aunque las ferias suelen atraer a grandes multitudes, estas tienden a concentrarse en determinadas épocas del año, lo que obliga a los food trucks a diversificar sus actividades o encontrar otros eventos durante los meses más tranquilos.

El auge de los food trucks en las ferias populares representa una oportunidad única para los emprendedores gastronómicos en 2025. Con una inversión inicial relativamente baja, flexibilidad operativa y un mercado en constante expansión, los food trucks se han consolidado como una alternativa viable y rentable para aquellos que buscan abrirse camino en la industria de la comida. Sin embargo, para tener éxito, es crucial innovar, adaptarse a las demandas del mercado y estar preparado para los desafíos que puedan surgir en el camino.

Los avisos contienen un enlace de afiliado, lo que significa que ganaremos una comisión si compra a través de él. Los ingresos de los afiliados ayudan a respaldar todo nuestro contenido gratuito.

Haz click en la imagen

BARISTA TRAINING ONLINE

Aprenderás a deslumbrar a tu familia y clientes con algo tan sencillo como un café.

INSCRÍBETE AHORA

Promoción por tiempo limitado

Este curso es el lugar perfecto para que aprendas las herramientas necesarias para comenzar tu camino como barista amateur o incluso si quieres emprender en el mundo gastronómico con una cafetería.

HAZ CLICK EN EL ANUNCIO

COMIENZA TU PROPIA CAFETERÍA

¿Quieres Empezar tu Cafetería pero te sientes desorientado? ¿No sabes qué equipo comprar, con qué seguros empezar?

EN ESTE CURSO APRENDERÁS A:

- Conocer las bases para emprender tu cafetería o mejorar la técnica que ya tienes en tu negocio.
- Conocer los Equipos para invertir mejor y ahorrarte miles de pesos por compras equivocadas.
- Aplicar consejos para ahorrar dinero durante la operación diaria optimizando tiempos y recursos.

INSCRÍBETE YA!

Conoce y prueba el Café de Especialidad, que es la nueva tendencia mundial de Café

¿BUSCAS UNA EXPERIENCIA
MUSICAL SIN LÍMITES?

¡BIENVENIDO A MUSICANAL24. ONLINE

24 HRS
MÚSICA CONTÍNUA

MUSICANAL24.ONLINE

