

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la di

MIAMI 

@RevistaFDE

Revista Factor de Éxito

www.revistafactordeexito.com



LARIMAR

CITY & RESORT

el proyecto más innovador
de **Punta Cana**

Juan Andrés Romero
CEO en Larimar City & Resort

Talento y Tecnología: liderando el cambio

● **Leticia Gammill**

Presidenta y fundadora de WOMCY

Las empresas deben invertir en programas de capacitación y desarrollo para fomentar el talento

● **Cid Wilson**

Presidente y director ejecutivo de la Asociación Hispana de Responsabilidad Corporativa

Presidente y director ejecutivo de la Asociación Hispana de Responsabilidad Corporativa

● **Aldo Civico**

Antropólogo, estratega de liderazgo, autor y conferencista

En el burnout hay un quiebre de la salud personal

● **Gerardo López Gallo**

Co-Founder and Chief Strategy Officer

“Los más grandes desafíos se han logrado superar con trabajo duro, consistencia y resultados”



LARIMAR

CITY & RESORT

Un paraíso tropical
donde tu inversión
no solo está protegida,
sino que crece
a un impresionante
10%
anual

Eso es Larimar City:
garantía segura y
rentabilidad en un
entorno de ensueño.
Invierte hoy y
observa cómo tus
ganancias florecen
en el corazón del
Caribe

Los pagos realizados en la fase de construcción están cubiertos por una póliza de seguro garantizando la seguridad de la inversión. La rentabilidad se ha calculado en función de las condiciones de mercado actuales por lo que las rentabilidades finales podrán variar en función de las condiciones del mercado, la oferta y demanda en la zona y otros factores externos.

www.larimarcity.com



¿Quieres invertir?
más información



The logo for e.tech, featuring a stylized 'e' with a dot and the word 'tech' in a sans-serif font.

Evolving Education
SUMMIT & EXPO

#ETECHEVENT

La educación más allá de la tecnología.

A person is shown in silhouette, interacting with a large digital screen. The screen displays a Microsoft Edge browser window with the Math Solver extension. The text on the screen includes: "Tired of switching between tabs? Get math help right along side your problems with Math Solver built inside Microsoft Edge. Try Math Solver in Edge." Below this, there is a "Math Solver" interface with a search bar "Type a math problem" and a "Solve" button. A calculator interface is also visible, showing numbers 9, 5, and 6. The person's hand is pointing at the screen. The background is dark with some faint circular lines.

26, 27 Y 28 DE SEPTIEMBRE
Centro de Convenciones Puebla, México

www.etechevolvingeducation.com

A portrait of Isabel Figueroa de Rolo, a woman with blonde hair, wearing a dark green button-down shirt and large, ornate earrings. She is smiling and has her arms crossed. The background is a blurred indoor setting with warm lighting.

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial Factor de Éxito

En esta edición de Factor de Éxito, nos enfocamos en dos temas que están en el corazón del liderazgo empresarial y de negocios en la actualidad: la gestión de talento y la transformación digital. Según un estudio del BID, los gobiernos de América Latina y el Caribe deben invertir en talento humano para impulsar la transformación digital y satisfacer las demandas de servicios públicos digitales de sus ciudadanos. El estudio, publicado en el libro “Transformación Digital y Empleo Público: el Futuro del Trabajo del Gobierno”, muestra que la mayoría de los gobiernos de la región se han centrado en aspectos tecnológicos y normativos, descuidando la inversión en talento humano.

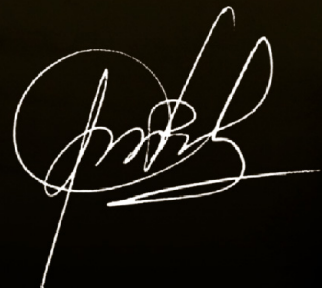
Las áreas de Recursos Humanos se enfrentan a nuevos desafíos que afectan directamente a los colaboradores, como su bienestar, capacitación, salud y productividad. En medio de la transformación digital, los ambientes laborales están cambiando y muchos empleados están buscando nuevas oportunidades. En 2020, se dice que la región perdió más de 50 millones de puestos de trabajo por fuga de talentos.

Una nueva investigación reveló que el 71 por ciento de las empresas en Latinoamérica están preocupadas por la escasez de talento cualificado en esta era de avances tecnológicos. Sin embargo, la transformación digital también ofrece oportunidades para conocer mejor a nuestros equipos y aprender a delegar y confiar en sus capacidades, habilidades, conocimiento y destrezas.

En esta edición exploramos cómo nuestras empresas pueden enfrentar estos desafíos y aprovechar las oportunidades que ofrece la transformación digital para mejorar la gestión del talento. Esperamos que encuentren útiles e interesantes los contenidos que hemos preparado para ustedes.

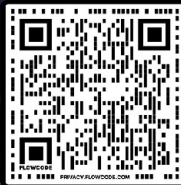
La falta de capital humano puede frenar el ritmo de transformación digital de los gobiernos y empresas, reduciendo su capacidad de utilizar las tecnologías para mejorar la eficiencia y la eficacia. Por lo tanto, es importante invertir en la capacitación y desarrollo del talento para facilitar la transición hacia el gobierno y la empresa digital.

La transformación digital está teniendo un impacto significativo en la gestión del talento en Latinoamérica. Las empresas y gobiernos deben invertir en el desarrollo del capital humano para aprovechar las oportunidades que ofrece la transformación digital y mejorar su capacidad para atraer y retener talento cualificado. La transformación digital puede ayudar a las empresas a conocer mejor a sus equipos y aprender a delegar y confiar en sus capacidades, habilidades, conocimiento y destrezas.

A stylized white signature of Isabel Figueroa de Rolo on a dark background.

VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS
EDICIONES



contenido

portada

Larimar City & Resort, el proyecto más innovador de la zona de Punta Cana



pág.
12

Juan Andrés Romero

CEO en Larimar City & Resort
CEO CLERHP Estructuras S.A

interview

Las empresas deben invertir en programas de capacitación y desarrollo para fomentar el talento



pág.
20

Leticia Gammill

Presidenta y fundadora de WOMCY

interview

Tenemos que asegurarnos que las oportunidades en el futuro incluyan a la comunidad latina



pág.
24

Cid Wilson

Presidente y director ejecutivo de la Asociación
Hispana de Responsabilidad Corporativa

interview

En el burnout hay un quiebre de la salud personal



pág.
28

Aldo Civico

Antropólogo, estratega de liderazgo, autor y conferencista

interview

“Los más grandes desafíos se han logrado superar con trabajo duro, consistencia y resultados”



pág.
31

Gerardo López Gallo

Co-Founder and Chief Strategy Officer



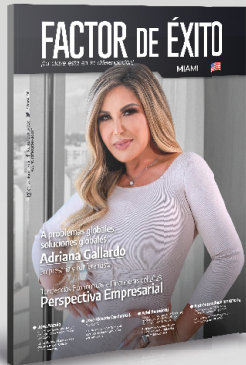
pág.
58

III Conversatorio

Integración de los recursos energéticos y mineros con enfoque en la gestión responsable

directorio

► Revista Factor de Éxito Miami Número 10, Año 2



CEO y Directora Editorial:
Isabel Mariella Figueroa de Rolo
i.figueroaderolo@revistafactordeexito.com

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Comité Ejecutivo:
Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa
Arianna Rolo Figueroa

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo y Ventas:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones Internacionales:
Jacqueline León

Directora de Comunicaciones:
Siddhartha Mata

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Periodistas:
Isamar Febres
Magnolia Sánchez

Coordinadora de contenidos:
Tina Pérez

Asesor comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Eimy Pimentel

Contenidos web:
Roberto Rolo

Content Manager:
Gabriela Alfonso

Diseño y Diagramación:
Luis Gota
Daniel Gota

Webmaster:
Juan Rebolledo

Portada:
Juan Andrés Romero
CEO en Larimar City & Resort
CEO CLERHP Estructuras S.A

Articulisitas:
Lesslie Davidovich
Álvaro "Cuco" de Venegas
Ismael Cala
Rodrigo Planas
Adriana Gallardo
Fernando Véliz Montero

Revista Factor de Éxito Miami
info@colombia.revistafactordeexito.com

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito
www.revistafactordeexito.com

Sede Principal:
Factor de Éxito Rolga Group SRL
RNC 1-3135817-9
Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro. Nivel 3.
Local C-6.
Ensanche Naco. Santo Domingo.
Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.542.2479
info@revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito República Dominicana
info@revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Atlanta
info@atlanta.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Chile:
info@chile.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Ecuador
info@ecuador.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito México
info@mexico.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Colombia
info@miami.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Panamá
info@panama.revistafactordeexito.com

Congreso anual

Con la participación de más de 220 asistentes, provenientes de 25 países, el pasado 26 y 27 de junio se llevó a cabo el XXIV Congreso Latinoamericano de Fabricantes de Velas, en el hotel Hyatt Regency de la hermosa ciudad de Cartagena, Colombia.

El evento organizado por la Asociación Latinoamericana de Fabricantes de Velas (ALAFAVE) incluyó un ciclo de conferencias de formación técnica y gerencial, una expo de proveedores, reuniones de negocios y actividades sociales para fomentar el intercambio entre los presentes.

Amílcar José Lusinchi, directivo de ALAFAVE, y uno de los panelistas del evento, comentó que la cifra récord de asistentes en esta edición es una clara manifestación de la industria por querer mejorar sus procesos y adaptarse a las necesidades de un consumidor cada vez más exigente.

“Cada año los fabricantes y proveedores de la industria nos reunimos para actualizarnos sobre las innovaciones en materias primas, insumos y tecnología, discutir sobre los retos presentes y futuros que tenemos como sector y, sobre todo, apoyarnos e inspirarnos de lo que hacen otros colegas en los diferentes países. Al final, todos somos una gran familia”, destaca Lusinchi.

Se estima que las velas se originaron en la antigua civilización egipcia, alrededor del año 2000A.C., como fuente de luz. Con los años, a este uso inicial también se le ha incorporado un rol protagónico en muchas religiones y, más recientemente, también están siendo de gran relevancia como objetos decorativos y de ambientación con la incorporación de aromas.



Ibo Berríos, fabricante colombiano y asistente al congreso comentó: “Estoy muy satisfecho por todo lo aprendido. En la empresa queremos mejorar la calidad de nuestras velas aromáticas y he podido aclarar muchas dudas en la sesión técnica que tuvimos con el panel de expertos. De igual forma, pude conversar con proveedores de maquinarias porque queremos modernizar nuestra línea de producción de velas religiosas”.

Según estimaciones de ALAFAVE, en América Latina se consumen aproximadamente 250.000 toneladas de velas cada año, siendo México el principal productor y consumidor, seguido de Brasil, Chile y Colombia, en un mercado aún muy orientado al uso para iluminación y temas religiosos, aunque la tendencia de consumo de velas aromáticas viene en ascenso.

Para el 2024, ALAFAVE realizará su congreso anual en Cancún, México, ocasión en la que también estará celebrando 25 años de fundada. Se espera que parte del congreso sea destinado a discutir sobre sostenibilidad y medio ambiente, como parte de los retos que tiene la industria a futuro. Sin duda alguna, la vela es un producto versátil que ha sabido trascender en el tiempo y detrás hay una industria pujante que se ocupa por ser cada día mejor.

Presentación

Con gran éxito fue presentado en la ciudad de Kissimmee el libro “Presidentes dominicanos en la historia (1844-1966)”.

La actividad fue moderada por la comunicadora Gheydi de la Cruz, la bendición estuvo a cargo de Zinayda Rodríguez y la presentación del autor fue realizada por la comunicadora Matty Frias.

El cónsul dominicano en Orlando, Holi Matos, valoró la importancia de la comunidad dominicana en esa importante ciudad y dijo que la actividad era parte del compromiso del consulado para seguir resaltando los valores patrios.

El autor, Euri Cabral, hizo un resumen del libro y destacó las ironías y momentos increíbles de la historia de los primeros 47 presidentes dominicanos.

Entre las personalidades presentes destacan la cónsul dominicana en Miami,



Geanilda Vasquez; la vicealcaldesa de Kissimmee, Olga Castaño; el Defensor del Pueblo, Pablo Ulloa; la vicepresidente de Adjuster Group, Maileny Valenzuela; los empresarios Henry Roedán y Yolanda Bernard; los comunicadores Zoraima Cuello, Marcos Tejeda, Carlos Márquez, Yuliana Suárez y Remullus Della Valle, entre otros.

Crecimiento

Miami mantiene intacto su atractivo para el surgimiento de nuevas empresas que buscan financiamiento. La ciudad quedó entre los 30 principales ecosistemas de startups en todo el mundo, según el último reporte Startup Genome y Global Entrepreneurship Network del 2023.

El informe destacó que el valor del ecosistema de Miami aumentó un 160 % en 2022, y la financiación en etapa inicial para las nuevas compañías aumentó un 64 %. Esto hizo que la ciudad ascendiera 10 lugares en la clasificación entre 2022 y 2023, pasando del puesto 33 al 23 a nivel global.

Miami también fue el hogar de la segunda salida a Bolsa más grande en América del Norte. La empresa de tecnología médica MSP Recovery, que estaba valuada en \$32.600 millones, abrió su capital en el mercado e hizo un IPO (Oferta Pública Inicial de acciones, por sus siglas en inglés) el mes pasado.

Miami le pelea un lugar a Seattle y Washington en la cantidad de negocios de capital de riesgo. “Miami ha logrado un progreso impresionante, ubicándose entre los 30 ecosistemas principales en el puesto 23, una mejora de 10 posiciones con respecto al año pasado”, destacó el informe.

Los progresos de la ciudad no pasaron inadvertidos en los medios. The Washington Post había señalado recientemente que el área metropolitana de Miami-Fort



Lauderdale fue la de más rápido crecimiento en el país para la actividad de capital de riesgo desde el comienzo de 2020 hasta 2022, tanto por crecimiento porcentual de dólares como por acuerdos.

De hecho, Miami-Fort Lauderdale captó \$5,500 millones en capital de riesgo el año pasado a través de 423 acuerdos, según el PitchBook-NVCA Venture Monitor, superando ciudades igualmente florecientes como Austin, Texas y Charlotte, Carolina del Norte.

Convenio

HLa Asociación de Cronistas de Arte de la República Dominicana Filial Florida, realizó un acuerdo de colaboración con Milenian Atlantic University (MAU), un aporte que irá en beneficio de todos los miembros de ese gremio artístico y cultural en el Estado de Florida.

José Rosario, presidente de Acroarte Florida, expresó que con mediante este acuerdo con Milenian Atlantic University MAU, los miembros de esta entidad dominicana obtendrán grandes enriquecimientos a sus carreras periodísticas, además de su formación como profesional, social y comunitario.

“Ahora todos nuestros miembros podrán tener acceso a todos los cursos especiales comunitarios, de educación financiera, temas culturales, Inmigración, temas de logísticas, organización de eventos, sociales, entre otros”, explicó Rosario

De su lado Jairo Cruz, director de marketing y admisión de Milenian Atlantic University MAU, manifestó que este acuerdo es muy gratificante y enriquecedor para la universidad pues le permitirá darse a conocer en la comunidad dominicana en residente en el Estado de Florida, y su iniciativa forma parte de una estrategia de alianza en la que está inmersa dicha institución estudiantil con otras comunidades de diferentes países, aprovechando la parte multicultural de Miami, algo que permite fortalecer los lazos con las instituciones de

diversos países, y brindar ese apoyo que necesitan los hispanos para ampliar sus conocimientos profesionales.

”Hemos estado haciendo convenios con instituciones y consulados de diferentes países, pero nos faltaba República Dominicana, y nos da mucha alegría el poder realizar este convenio con Acroarte Florida, y poder aportar a la educación y formación de sus miembros, pues sabemos la importancia de este gremio para los dominicanos que residen aquí en en todos los Estados Unidos”, concluyó Cruz.



Inteligencia Artificial

Ea estrella en ascenso de Fintech, Taxfyle, anunció el lanzamiento de Taxfyle AI, un sistema que automatiza una parte importante del proceso de preparación de impuestos.

La empresa ya ha experimentado un gran crecimiento, gracias a su serie de aplicaciones y API para conectar a personas, empresas y firmas de contabilidad con los contadores para ayudarlos con sus necesidades fiscales. Cuando hablamos con Taxfyle en mayo, la empresa informó que creció un 75 % el año pasado y está en camino de alcanzar una tasa de crecimiento del 100 % en 2023. El año pasado, Taxfyle planteó una ronda Serie B liderada por IDC Ventures y Fuel Venture Capital.

“Ya no tiene que llamar a un CPA tradicional que no conoce, cuya calidad tampoco conoce”, dijo el cofundador y director ejecutivo Richard Laviña a Refresh Miami.

Esta nueva oferta de IA se duplica en la búsqueda de Taxfyle para optimizar el proceso fiscal mediante la recopilación de todos los documentos relevantes y la extracción de la información más importante. La idea es que esta oferta transforme el papel de un profesional de impuestos de un preparador a un revisor.



“Taxfyle está a la vanguardia de la revolución de la industria de preparación de impuestos con nuestra solución de inteligencia artificial generativa líder en la industria”, dijo Laviña en un comunicado. “Estamos entusiasmados de empoderar a los profesionales de impuestos para lograr niveles sin precedentes de precisión y eficiencia”.

“Nuestro enfoque impulsado por la IA se convertirá en un remedio confiable para los desafíos persistentes de personal de la industria”, comentó Will Sahatdjian, cofundador y CTO. “Como pioneros en la industria de la contabilidad, estamos encantados de liderar el camino en la adopción de IA”.

Dash to DASH

UEs literalmente Miami, hermano. Queremos algo limpio, fresco, nuevo. Y eso se extiende especialmente a nuestros hogares.

La nueva construcción abunda en la Ciudad Mágica. Pero para las personas que buscan encontrar su nueva construcción perfecta y prístina, la búsqueda de la casa puede ser más difícil de lo que cabría esperar.

Y más difícil de lo que debería ser, afirma Len Dugow [en la foto de arriba]. “Hay demasiados silos que desconectan a los desarrolladores de las firmas de corretaje y los agentes”, dijo a Refresh Miami. “Es muy desafiante para ellos acceder a información actualizada y compartirla con sus prospectos y clientes”.

Es por eso que Dugow, quien durante 30 años ha dirigido una agencia de publicidad de marca y marketing con sede en Miami enfocada en marcas y residencias de hospitalidad de lujo, decidió construir DASH. La startup de 10 personas ha desarrollado lo que llama la base de datos más completa de nuevos desarrollos.

La plataforma, que acaba de lanzarse en Miami como su primer mercado, permite a los agentes inmobiliarios autorizados acceder a materiales de marketing, datos e ideas verificados y actualizados en una sola plataforma. Permite a los agentes inmobiliarios enviar materiales de marketing con un formato perfecto (fotos, representaciones, planos, folletos, gráficos) a sus clientes con su propia marca.

“Tenemos más de 150 filtros diferentes para que los agentes ajusten rápidamente y descubran qué buscan sus prospectos”, dijo Dugow.

Este nivel de información, toda la cual es examinada por los desarrolladores, no está disponible en otras plataformas ni en



la MLS. Por esa razón, DASH afirma que su plataforma brinda a los suscriptores una ventaja competitiva al reducir drásticamente el tiempo de investigación y descubrimiento, lo que les permite realizar más ventas más rápidamente.

Dugow y su equipo realizaron alrededor de 300 entrevistas de investigación de usuarios mientras desarrollaban la plataforma. “DASH es la culminación de todas esas conversaciones”, señaló Dugow. Esta investigación de usuarios valió la pena, con 92 agentes y 58 desarrolladores que se registraron en las primeras 48 horas que la plataforma estuvo activa.

DASH tiene dos fuentes de ingresos de SaaS. El flujo principal y prioritario es el de los agentes, que pagan \$39 o \$79 al mes por el acceso a la plataforma, según la cantidad de funciones que estén buscando. Los desarrolladores pagan una tarifa única de \$ 1,000 para incorporarse a la plataforma y luego \$ 750 por mes para ediciones ilimitadas de sus listados.

Según Dugow, DASH está a punto de cerrar una ronda ángel de \$1 millón, con planes de recaudar una Serie A en los próximos nueve meses. La plataforma se lanzará en Nueva York en noviembre y en Los Ángeles en enero.

Entonces, ¿por qué empezar en Miami? “He sido testigo durante los últimos 10 años del crecimiento asombroso”, dijo Dugow. “Es increíble ver en lo que se ha convertido. Florida es una atracción tan candente para tantas personas de tantos lugares que de inmediato mereció el mérito de ser nuestro enfoque”.

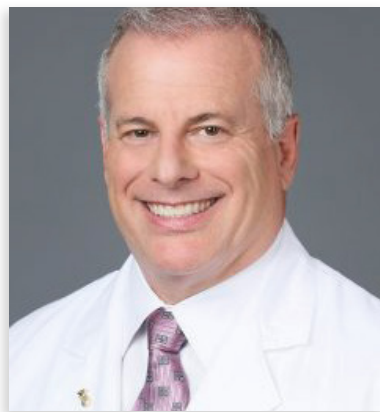
“DASH será una herramienta muy importante para todas las principales partes interesadas y con el simple objetivo de la transparencia. Traemos transparencia a un proceso que simplemente no existe hoy. Estamos haciendo que el proceso sea mucho más fluido y menos molesto”.

Avances médicos

Baptist Health Miami Cardiac & Vascular Institute abrió este verano una oficina multidisciplinaria con el enfoque de mejorar la experiencia del paciente y optimizar la atención cardiovascular.

El sexto piso de la torre oeste del Baptist Medical Arts Building en el campus de Baptist Hospital se convirtió en una oficina de 13,000 pies cuadrados, con 30 salas de examen para albergar a 14 especialistas cardiovasculares. Cardiólogos, cirujanos cardiotorácicos, cardiólogos intervencionistas y electrofisiólogos compartirán el espacio, junto con 18 proveedores de práctica avanzada, incluidos enfermeros practicantes y asistentes médicos.

“Esta es la primera oficina que hemos construido desde cero, con un enfoque en las necesidades de los pacientes



y su deseo de comodidad”, dijo Jonathan Fialkow, M.D., jefe de cardiología en Baptist Hospital y subdirector médico de Baptist Health Miami. Cardiac & Vascular Institute, quien imaginó este concepto de atención integral. “Al reunir cada una de estas especialidades, junto con farmacéuticos clínicos, enfermeros orientadores y personal administrativo, los pacientes disfrutarán de un servicio que no tiene comparación en ningún otro lugar”.

Muchos de los retrasos que suelen experimentar los pacientes se deben a la disponibilidad de citas, la programación de pruebas, la recepción de autorizaciones y la comunicación entre médicos. Con todos bajo el mismo techo, dice el Dr. Fialkow, la coordinación de la atención y la colaboración entre los proveedores ocurrirán de manera orgánica.



Juan Andrés Romero

CEO en Larimar City & Resort
CEO CLERHP Estructuras S.A

Larimar City & Resort, el proyecto más innovador de la zona de Punta Cana

Se construirá sobre un terreno de 350 hectáreas y será un gran generador de desarrollo para la zona Este del país.



Larimar City & Resort es la materialización del sueño personal y profesional del arquitecto Juan Andrés Romero, CEO de CLERHP Estructuras. Se trata de una ciudad resort planificada desde cero, aplicando conceptos técnicos de eficiencia y sostenibilidad, en un terreno de tres millones y medio de metros cuadrados, ubicado en la zona de Punta Cana, específicamente en el farallón del municipio La otra banda, al Este de República Dominicana.

Una vista privilegiada acompañada de brisa fresca recibió al equipo de Factor de Éxito cuando llegó a visitar el lugar, junto a Romero. “Cuando vi el terreno fue una experiencia casi religiosa que conectó diferentes momentos de mi vida con el proyecto y supe que ese era el sitio. Creo que yo no escogí el lugar, el lugar me escogió a mí”, dijo.

La visión de Juan Andrés Romero detrás de la creación de la ciudad es concentrar la edificación en torres, lo cual libera espacio para destinarlo a zonas verdes y otros usos recreativos, y permite una mayor eficiencia en los servicios como recogida de basura, suministros, etc. A su vez, este diseño en torres también favorece una optimización en cuanto a la propia edificación, reduciendo la repercusión de áreas comunes, ascensores, etc, lo que se traduce en eficiencia en el mantenimiento, seguridad y gestión de los condominios. Todo ello permite una mejoría de los costes y con unos precios francamente competitivos para el nivel de amenidades que ofrece Larimar.

“Y ahí es donde está el sueño, crear un lugar para vivir o ir de vacaciones con un nivel de servicios

espectacular, un malecón al estilo del mediterráneo con restaurantes y tiendas, beach-clubs en un entorno de piscinas y playas artificiales desde donde las vistas panorámicas son sobrecogedoras. Una experiencia única”, expresa Romero.

El proyecto, cuyo nombre se inspira en la piedra nacional por su conexión con la naturaleza, y la paz y serenidad que infunde al mirarla, apunta a un público variado. “A mí me gustaría tener un mix porque quiero que sea una ciudad y no solo un lugar de vacaciones. Me gustaría que hubiera gente que viviera todo el año, niños, personas mayores; sin embargo, el cliente objetivo de esta primera etapa de lanzamiento es el senior, el que está buscando un destino donde lo tiene todo cerca y fácil para vivir; el deporte, la salud, todo junto en un mismo proyecto, en un sitio como República Dominicana que ofrece durante los 12 meses del año un clima y una gente excepcionalmente amigables”.

Larimar City & Resorts es un proyecto que a cualquier persona, de cualquier parte del mundo puede interesar, pero el foco está en el mercado español, latinoamericano y norteamericano; “principalmente, Estados Unidos y Canadá, por la cercanía cultural y por la curva de jubilación de estos dos países, que proyecta habrá una demanda muy fuerte no solo para Larimar, sino en el país entero”, señala Romero.

La proyección de la constructora CLERHP Estructura es terminar Larimar City & Resort en 2035-2036, generando en la etapa de construcción más de 20 mil empleos directos. “Lo tenemos planificado en 10 etapas. “En el proyecto no está



concebido encapsular una etapa, parar y hacer otra, sino es un continuo, de forma que siempre se está construyendo y cada 6 meses, aproximadamente, se van entregando amenidades nuevas para que los que han entrado en primera fase puedan ir disfrutando”.

Pasaron 15 años hasta que logró concretar el proyecto, ¿cómo fue la génesis? ¿En qué se inspiró la idea inicial?

En mi primera etapa profesional tuve la ocasión de participar en un proyecto muy interesante que combinaba un campo de golf con lagunas artificiales para el baño. En ese proyecto el concepto era cerrado, mucho terreno pero muy pocas amenidades, por lo que les planteé el concepto del malecón estilo mediterráneo que pudiera funcionar como una amenidad autónoma, con acceso de público para garantizar un buen nivel de servicios. Aquello era mucho más pequeño que Larimar, pero pude trabajar con detalle la mayoría de soluciones que ahora estamos desarrollando en el proyecto. Al final, con la vista panorámica y una infraestructura tan potente, acabas convirtiendo un terreno a 7 kilómetros de mar en una primera línea con toda la experiencia de playa. Al final en la playa tienes la arena, una lamina de agua y el horizonte. En Larimar tienes eso mismo, pero ves el horizonte desde una posición elevada.





¿Cuál es el alcance y las dimensiones del proyecto y cómo contribuirá al desarrollo de la región?

El proyecto se desarrolla sobre un terreno de 350 hectáreas y será un gran generador de desarrollo para la zona. Se pondrán en el mercado un gran número de unidades residenciales y, además, bastantes plazas hoteleras, aunque el concepto de hotel difiere de clásico “todo incluido” que abunda en la zona, para ir a un concepto más urbano donde el huésped disfruta del hotel pero también de todo lo que le ofrece Larimar a nivel de ocio y gastronomía. Por ello, entendemos que Larimar viene completar la oferta de la zona con un nuevo concepto que en otros lugares turísticos del mundo funciona muy bien. Así mismo, por las propias dimensiones de Larimar, hace que aquellos proveedores locales con los que se alcancen acuerdos, puedan desarrollarse enormemente y con seguridad, dado que el proyecto les ofrece la posibilidad de crecer con visión de largo plazo. Al final, un proyecto como este debe actuar como catalizador para el desarrollo industrial en la región.

Como CEO y creador del proyecto, ¿cómo ha sido el proceso de alianzas estratégicas para concretar Larimar City & Resort? ¿Cómo ha sido el manejo de los diferentes equipos multidisciplinarios?

El proceso de alianzas estratégicas sigue abierto. Como he indicado, los acuerdos con proveedores tienen el potencial de ayudar a esas empresas a crecer apoyados en contratos de gran importancia y con visibilidad a largo plazo. Por ello, tratamos de que la industria de la construcción local se vea beneficiada

por ese potencial, a la vez que tratamos de implementar nuevas soluciones con la transferencia tecnológica que eso supone para la industria local. Queremos que el nivel de calidad de Larimar sea muy elevado y, para ello, requerimos que los proveedores alcancen ese nivel sabiendo que el conocimiento adquirido repercutirá en otros proyectos de la zona.

El manejo de los equipos es algo que parece más complejo de lo que es, puesto que es algo que va creciendo y lo vas gestionando a medida que crece. De esa manera, los procesos y las personas se van adaptando entre sí. Suena mucho más complejo cuando todo lo ves funcionando por primera vez. Tenemos un excelente equipo de profesionales y una mentalidad muy abierta a los métodos de gestión más modernos y eso nos permite ser muy ágiles en la adaptación a los cambios que se producen, irremediablemente, en un proyecto de esta magnitud y duración.

¿Cuál será el aporte del proyecto en sus diferentes fases a la economía del país, en términos de empleos, inversión, tecnología?

A nivel económico, el proyecto tiene un impacto muy importante, pero también es cierto que el país en sí es ahora mismo un polo de atracción de la inversión y nosotros solo somos una pequeña parte de lo que viene. A nivel de empleo habrá un impacto importante durante la construcción, pero después, con la ciudad en funcionamiento, se generará una gran cantidad de empleos de mayor calidad y a la largo plazo. Larimar es una ciudad y como tal generará una importante economía interna, además del propio impacto en la zona. A nivel de tecnología existirá una necesaria

transferencia tecnológica hacia los proveedores además de la implantación de modernos sistemas de control y gestión de la Smart City que alcanzan la seguridad, la salud, la gestión energética y en confort de los residentes.

¿Cuál es el enfoque en cuanto a infraestructura, servicios y amenidades para asegurar una alta calidad de vida para los futuros residentes e inversores de Larimar City & Resort?

La idea que dirige las decisiones es hacer infraestructuras, servicios y amenidades de mucha calidad dado que el coste se diluye en el volumen de la propia ciudad. Al haber mayor cantidad de consumidores de los servicios podemos diluir el coste y aumentar la variedad de oferta manteniendo la rentabilidad de las empresas que prestarán los servicios. Para tener los mejores restaurantes es necesario tener clientes para que esos negocios sean rentables también para los empresarios que los regentan. Y esto es extrapolable a todo.

¿Qué aspectos de sostenibilidad se han tenido en cuenta en el diseño y construcción de Larimar City & Resort?

La sostenibilidad afecta a todo, y en Larimar la tenemos en cuenta desde la fase de diseño. Un buen diseño hará que los consumos energéticos sean más reducidos, además de buscar después que la generación de energía sea lo más limpia posible. El tratamiento del agua es fundamental. Recogida de agua de lluvias, explotación responsable de otras fuentes de agua, tratamiento para que el agua se pueda consumir en las viviendas, tratamiento de aguas residuales, etc. Hay que cubrir todo el ciclo del agua para garantizar su pureza y uso responsable. El área verde es muy extensa en Larimar, lo que permite que siga existiendo un filtrado suficiente a los acuíferos del agua de lluvia, un ambiente más fresco y agradable, y espacios donde realizar actividades deportivas y descanso en el exterior.

¿Cuál será el impacto ambiental de Larimar City en comparación con las ciudades tradicionales en el área?

Toda construcción tiene un impacto y lo que se trata es de tenerlo controlado. La diferencia de Larimar con otros proyectos es que ese impacto está planificado desde el principio, tratando que las personas puedan convivir con la naturaleza lo máximo posible, teniendo en cuenta que es una ciudad y habrá muchas personas viviendo en ella. Mantener al máximo posible la flora local, el ciclo del agua, y manteniendo libre de residuos la zona. En estos momentos, existe toda una industria de sostenibilidad en el sentido más amplio en la que hay que apoyarse para garantizar que todo el desarrollo esté perfectamente preparado para el reto que supone ser neutro con el entorno.



LARIMAR
CITY & RESORT

El nuevo destino en Punta Cana cuenta con opciones especiales para inversores:

■ **Modalidad Developer as a Service:** destinado a desarrolladores inmobiliarios, en la que puede adquirir una torre completa para personalizar el diseño y venderla bajo su marca. La constructora se encarga de entregar la torre llave en mano a un precio que fijan desde el principio. Este es un producto le permitirá ser desarrollador inmobiliario en República Dominicana sin la complejidad de estructurar todos los departamentos de operaciones y con la inversión inicial asegurada.

■ **Seguro sobre su inversión:** garantiza que todos los compradores reciban la devolución de la totalidad del dinero en caso de que no se le entregue su vivienda. Adicionalmente, se cuenta con productos específicos para aquellos compradores que buscan rentabilidad desde el primer día.

■ **Pequeños inversores:** por la compra de unidades con pago del 100 %, el comprador recibe, además del seguro, una remuneración anual de 5 % en pagos trimestrales. Si la compra supera las 5 unidades y los 500.000 USD se aumenta la remuneración al 8 %. El inversor obtiene así un rendimiento durante el periodo de construcción y, además, la plusvalía inmobiliaria de comprar en plano.

■ **Bulid to Rent:** venta de torres completas con descuentos especiales o acogiéndose a los esquemas anteriores de remuneración, donde el inversor puede personalizar el diseño y comercializar el alquiler con marca propia. La constructora da la opción al inversor de alquilarles el edificio completo a la entrega, manteniendo la rentabilidad del 8 % y encagándose de la explotación.




LARIMAR
CITY & RESORT





PRISM
GROUP

The Prism Group celebra sus 10 años con un programa de mentoría regional para universitarias

Con un equipo compuesto en su mayoría por mujeres, muchas de ellas inmigrantes, de diferentes nacionalidades, la agencia ha sido un aliado confiable para sus clientes en toda la región.



The Prism Group celebra una década de operaciones en Latinoamérica como una agencia líder en comunicaciones. En esta nueva etapa, la compañía busca consolidar su oferta 360o con el crecimiento de sus operaciones y divisiones de marketing digital e influencers, que se unen a las de eventos y relaciones públicas para seguir brindando soluciones de comunicación integradas, adaptadas a las nuevas tendencias.

Además, como parte de su agenda aniversario, ha anunciado un programa de mentoría global para mujeres universitarias que estudian carreras relacionadas con las relaciones públicas.

“The Prism Group es el resultado de la entrega y capacidad de un grupo de mujeres que se unieron para transformar sus vidas y las de los demás haciendo lo que mejor sabían: crear historias. Eso nos llevó a pasar de ser una boutique de comunicaciones en el 2013, a una empresa que hoy reúne a empleados de la mayoría de los países de la región. Ahora, con nuestro programa de mentoría buscamos apadrinar a jóvenes universitarias de la región para enseñarles todo

lo aprendido y ayudarles a crecer y tener más oportunidades en la industria”, asegura Julissa Nova, presidenta y CEO de la compañía.

“Estamos muy orgullosos de lo que hemos logrado: hemos sido capaces de construir una empresa sólida y diversa, que brinda soluciones integrales a nuestros clientes. Nuestro objetivo es seguir creciendo y ofreciendo servicios a la altura de lo que demandan los tiempos, con la misma pasión que nos ha caracterizado desde el inicio”, agregó.

Con sede en Miami y oficinas en República Dominicana y Panamá, The Prism Group ha trabajado con una amplia gama de clientes de diversos sectores, desde tecnología y finanzas hasta turismo y entretenimiento. Comprometida con el empoderamiento de las mujeres, ha apoyado proyectos diversos como el Primer Congreso Iberoamericano contra el Burnout, que organiza Human Right Foundation (VIAHR).



THE
PRISM
GROUP

La arepa: tan nuestra, tan tuya

Septiembre es el mes de la arepa y P.A.N. invita globalmente a todos a unirse a esta celebración llena de sabor durante todo el mes.

La arepa celebra su día especial el segundo sábado de septiembre. Este alimento tan versátil, sabroso y que combina con diferentes sabores, cada día se hace más conocido en las gastronomías del mundo,

P.A.N., la marca de harina precocida de maíz, pionera en el mundo e ingrediente principal en la preparación de la arepa, extiende la celebración durante todo el mes con actividades en cada una de las ciudades del mundo en las que la arepa se ha hecho popular.

“Con la frase, tan nuestra, tan tuya, queremos celebrar la expansión de la arepa por el mundo, porque ya no conoce fronteras, no sabe de nacionalidad sino de sabores, y que, así como como la pizza, el taco o los sándwiches, pasa a ser un plato global que conquista paladares sin importar su origen”, comentó María Alexandra Mendoza, directora de Mercadeo del Negocio Internacional de Empresas Polar.

Para celebrar a la arepa, la marca P.A.N. ha planificado una serie de actividades: "En septiembre volaremos con la imaginación de los más pequeños de la casa, llevándoles la magia de P.A.N., creando una experiencia llena de color y tradición en cada actividad mientras los alentamos a conocer y disfrutar de la arepa desde temprana edad”.

La arepa, tan nuestra, tan tuya, recorre el mundo para celebrar con todos

Estados Unidos: La celebración de la arepa, además de tener espacio en cada una de las areperas que crecen en este país, la marca P.A.N. ha preparado diferentes actividades en Florida, punto de concentración del mercado latino y amante de las arepas, entre ellas la búsqueda de la mejor arepa de Miami en alianza con The Hungry Post; concursos en redes sociales, obsequios sorpresa para niños y otras actividades que se irán develando durante todo el mes.

Venezuela: En este país, en donde la arepa es el plato típico e indispensable en las mesas, el festejo de la marca P.A.N. incluye celebraciones de corte tradicional en sectores populares de Caracas, Maracay, Valencia, Maracaibo, Barquisimeto, Yaracuy, Cumaná, Puerto La

Cruz, Acarigua y Araure, además de acompañamiento en actividades en diferentes actividades recreativas en torno a la celebración de la arepa.

Perú: El festejo en Perú se enfocará en degustaciones de arepas en mercados populares de Lima, así como también actividades en restaurantes venezolanos de la ciudad.

Chile: Como la arepa es un medio perfecto de unión de culturas, en Chile el festejo comienza el 9 de septiembre en La Vega Italia con degustación de arepas y la especial “arepaburger”, cerrando el mes con la celebración del vino el 30 de septiembre y el 1ero de octubre en

Providencia, en donde se ofrecerán degustaciones de arepas tipo montaditos para hacer armonía con el vino.

Ecuador: La marca P.A.N. en Ecuador celebrará con degustaciones de mini arepas en las principales cadenas del canal moderno de Guayaquil y en autoservicios independientes o mini markets del canal tradicional en Quito Santo Domingo, Machala y también Guayaquil. Dichas degustaciones incluirán también actividades para niños.

La celebración en Europa, se concentrará en **Madrid:** Esta ciudad cuenta con 4 P.A.N. Store en donde habrá actividades especiales. También se dictará un taller para aprender a hacer arepas, dirigido a periodistas, foodies e influenciadores, además de sorteos, concursos digitales y obsequios.

México: Las actividades estarán enfocadas en degustaciones de arepas en punto de venta en Ciudad de México, Toluca, Villahermosa, Querétaro, Monterrey y Chihuahua.

Colombia: La arepa en Colombia, al igual que en Venezuela es parte de la dieta diaria por lo que su celebración contagia a todos. En este país la marca P.A.N. tiene planificada una serie de actividades en importantes cadenas de supermercados, degustaciones, dinámicas en redes sociales y charlas de los expertos culinarios para mostrar la versatilidad de Harina P.A.N.



Leticia Gammil

Presidenta y fundadora de WOMCY

Las empresas deben invertir en programas de capacitación y desarrollo para fomentar el talento

Esta organización sin fines de lucro está conformada por mujeres y con foco en el desarrollo de Ciberseguridad en Latinoamérica, en donde se adelantan iniciativas para brindar herramientas e impulsar el talento en el área de la tecnología.

Leticia Gammil, una destacada profesional en ciberseguridad y directora, Security GTM Sales & Compete Programs de Microsoft, cuenta también con más de 15 años de experiencia como gerente de ventas senior, con un historial consistente de logros y premios en la generación de ingresos. Su experiencia y sus habilidades superiores de negociación y manejo de personas en acuerdos complejos la convierten en una referente en su campo.

Entre sus áreas de especialización, es importante mencionar las soluciones de TI y ciberseguridad, la gestión empresarial, el desarrollo de negocios y marketing, y las estrategias de entrada al mercado y gestión de canales. Con un enfoque en los mercados de América Latina. Gammil ha demostrado su capacidad para atraer, desarrollar y retener talento en un mundo cada vez más digital.

Durante esta entrevista, Gammil enfatiza la dinamicidad del campo de la ciberseguridad, donde las competencias y habilidades más demandadas incluyen una sólida base técnica en redes, sistemas operativos y lenguajes de programación, como Java y Python. Además, destaca la importancia de comprender las amenazas cibernéticas y las tácticas utilizadas por los actores de amenazas para defenderse de los ataques en un entorno digital en constante cambio.

Para desarrollar estas habilidades en el talento existente o potencial, Gammil resalta la necesidad de una experiencia práctica. Sugiere ejercicios de caza de amenazas y el uso de herramientas de seguridad como SIEM, así como la participación en eventos CTF para mejorar las capacidades de respuesta a incidentes y análisis forense digital.

En cuanto a la gestión del talento, Gammil subraya la importancia de fomentar una cultura de aprendizaje continuo y de invertir en el desarrollo profesional de los empleados. Esta destacada profesional nos brinda valiosos insights sobre cómo liderar el cambio en ciberseguridad y desarrollar el talento en la era digital.

¿Cómo ha evolucionado la ciberseguridad y las soluciones de TI en los últimos años?

Tomando en cuenta que el panorama de la ciberseguridad cambia constantemente, creo que es esencial mantenerse al día con las últimas tendencias para protegerse contra nuevas amenazas en constante evolución. Hay muchas ideas sobre cómo han evolucionado las soluciones de ciberseguridad

y TI en los últimos años. Sin embargo, menciono las que vemos más relevantes en nuestra región como:

La adopción de la seguridad en la nube y la seguridad de dispositivos móviles: la adopción de la computación en la nube ha avanzado bastante en Latinoamérica y con eso, consecuentemente, ha llevado a un mayor enfoque en las soluciones de seguridad en la nube y las mejores prácticas para proteger los datos confidenciales. A medida que la adopción de dispositivos móviles continúa aumentando en Latinoamérica, también lo hace el enfoque en las soluciones de seguridad móvil para proteger contra amenazas específicas para dispositivos móviles.

Dado que los dispositivos móviles se han convertido en una parte integral de la vida comercial y personal, las soluciones de seguridad móvil han evolucionado para proteger contra amenazas específicas de dispositivos móviles, como malware, vulnerabilidades de aplicaciones y fugas de datos.



Mayor conciencia e inversión: vemos que varios países en la región han reconocido la importancia de la ciberseguridad frente a las crecientes amenazas

cibernéticas. Consecuentemente, pudimos comprobar que tanto los gobiernos como las empresas privadas han aumentado sus inversiones en iniciativas y soluciones de ciberseguridad.

Inteligencia artificial: efectivamente IA ha logrado avances significativos en el campo de la ciberseguridad. La inteligencia artificial aplicada a la ciberseguridad es utilizada para detectar y responder a amenazas en tiempo real, identificar patrones de comportamiento anormal y mejorar la inteligencia y el análisis general de amenazas.

WOMCY es, sin duda, la iniciativa latinoamericana más respetada para la inclusión de mujeres en el mercado laboral de ciberseguridad. ¿Qué programas y acciones promueve específicamente la organización en Latinoamérica a favor de esta causa?

Todo lo que hemos logrado se debe al trabajo arduo y al gran cariño de un equipo de liderazgo con más de 60 profesionales reconocidos en el mercado de Latinoamérica, un grupo de voluntarios y miembros que supera las 1200 personas en la región y en nombre de los embajadores de WOMCY He for She, aliados hombres que siempre apoyan nuestras acciones.

Contamos con voluntarios de más de 20 países con el equipo directivo en México, Brasil, Colombia, Puerto Rico, y Miami, donde damos la bienvenida a voluntarios de todos los demás países.

Nacimos en 2019 con el objetivo de abrir el mercado de ciberseguridad a más mujeres. En 2020 entramos con velocidad y sacamos al mercado eventos propios, mentorías y charlas sobre los más variados temas, llegando a más de 6000 participantes con nuestras continuas WOMCY Live Talks.

Desde 2021 llevamos conocimiento a nuestra comunidad y en este camino contamos con el apoyo de empresas aliadas como Microsoft, Fortinet, Cisco, Check Point, Trellix, Trend Micro, entre varias otras, además de la OEA para acciones educativas que involucraron cursos y vouchers de certificación.

Trabajamos intensamente con otras asociaciones en programas conjuntos de mentoría para profesionales de la ciberseguridad, inaugurando un poco de nuestro ADN de diversidad de manera más amplia. Hemos lanzado cursos de certificación profesional, proporcionando programas de educación y desarrollo de conocimiento en la ciberseguridad totalmente gratis para nuestra comunidad.

En 2022, tuvimos la participación de más de 15.000 personas en nuestros programas, demostrando el valor agregado de lo que hacemos en WOMCY para todos que desean ingresar en la ciberseguridad y desarrollar sus conocimientos.

¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan las empresas en el campo de la ciberseguridad y cómo se pueden superar?

Las empresas en el campo de la ciberseguridad en Latinoamérica enfrentan un conjunto único de desafíos debido a los factores socioeconómicos y geopolíticos específicos de la región.

Muchas empresas en Latinoamérica, especialmente las Pymes, tienen recursos y presupuesto limitados en lo que respecta a la ciberseguridad. Para superar este desafío, las empresas deben priorizar las inversiones y adoptar servicios de seguridad administrados que brinden soluciones rentables.

Al igual que en otras regiones, hay escasez de profesionales calificados en ciberseguridad. Las empresas deben invertir en programas de capacitación y desarrollo, colaborar con instituciones educativas para fomentar el talento, lo que es parte de lo que hacemos en WOMCY para acelerar la calificación y oferta de más profesionales en ciberseguridad y cerrar la brecha de conocimiento.

¿Qué habilidades y competencias buscan las empresas en los profesionales de la ciberseguridad en el contexto de la transformación digital? ¿Hay suficiente talento especializado en esta área?

De acuerdo con el reporte (ISC)2 Cybersecurity Workforce Study más reciente, se estima que en Latinoamérica tenemos más de 1.2 millones de profesionales en la ciberseguridad, un crecimiento de 12% al año anterior. Si bien la fuerza laboral en ciberseguridad está creciendo rápidamente, la demanda está creciendo aún más rápido y la escasez de talento es un desafío. Se estima que todavía tenemos un gap de más de 500.000 profesionales en Latinoamérica, lo que representa un riesgo para las empresas.

Si bien la escasez de talento es un desafío, el crecimiento de la ciberseguridad y las oportunidades que el segmento ofrece también han atraído a más personas a seguir carreras en este campo. Al tomar medidas proactivas para nutrir y atraer talento en ciberseguridad, las empresas pueden posicionarse mejor para navegar la transformación digital de manera segura.

Las empresas buscan talento que tengan comprensión de los principios, las mejores prácticas y las tecnologías de ciberseguridad. Los profesionales deben estar familiarizados con varios marcos de seguridad, modelado de amenazas, evaluación de riesgos y gestión de vulnerabilidades.

Hay varios cursos en WOMCY que promovemos para desarrollar a más profesionales y cerrar la brecha de talento.

Como experta en gestión de equipos remotos, ¿qué consejos puedes dar a los líderes empresariales para liderar estos equipos distribuidos de manera efectiva?

Hace más de 15 años que gestiono equipos remotos, tanto en mi profesión como desde la fundación de WOMCY, tanto con equipos en Latinoamérica, como también equipos globales.

Liderar equipos remotos tiene varios desafíos y oportunidades. Como mejores prácticas, se debe establecer una comunicación clara con líneas abiertas de comunicación. Hoy en día hay tantas herramientas de comunicación – chat, videoconferencias, email – que es muy fácil mantenerse conectado.

Soy muy directa en comunicar claramente las expectativas, objetivos y cualquier actualización

con frecuencia. Así mismo es esencial establecer expectativas claras, como roles, responsabilidades, fechas de entrega de proyectos y metas generales del equipo. Veo también como esencial estimular la colaboración en equipo.

En WOMCY tenemos reuniones virtuales con la participación del equipo de liderazgo ubicado en 5 regiones distintas y hacemos actividades virtuales con frecuencia. Hay que tener también confianza y empoderamiento en los miembros del equipo para entregar su trabajo.

Hacemos el WOMCY All Hands a cada trimestre donde destacamos las líderes y voluntarias de cada región, lo que eleva la moral y refuerza el trabajo positivo.

¿Cómo se puede promover una cultura organizacional que fomente la innovación y la creatividad en época de transformación digital?

Se requiere un esfuerzo del liderazgo para promover una cultura organizacional que fomente la innovación y la creatividad. Estrategias en la cultura y operaciones diarias de la empresa con visión de futuro. Eso no es un proceso rápido, al contrario. Cambios culturales llevan tiempo, con refuerzos continuos.

Hay que adoptar una mentalidad de crecimiento en toda la organización, donde los empleados crean que sus habilidades se pueden desarrollar a través de la dedicación y el trabajo duro. Eso promueve el deseo de asumir desafíos y buscar la mejora continua.

Para eso, fomente un lugar de trabajo inclusivo y psicológicamente seguro donde todos los empleados se sientan cómodos compartiendo sus ideas y perspectivas.

Con todo eso, se hace esencial liderar como ejemplo y demostrar el compromiso con la innovación y creatividad, buscando nuevas ideas y apoyando la

experimentación, con visión de futuro y métricas (KPIs) para evaluar el éxito de las iniciativas de innovación y su progreso.

¿Cuáles son las oportunidades y desafíos que enfrentan las empresas en América Latina en términos específicos de ciberseguridad en un entorno cada vez más digitalizado?

La creciente digitalización de las operaciones comerciales presenta tanto oportunidades como desafíos para las empresas en materia de ciberseguridad en Latinoamérica. Vemos como oportunidades las experiencias del cliente mejorada, debido a que las empresas pueden ofrecer experiencias de cliente personalizadas, lo que conduce a una mayor lealtad y satisfacción del cliente.

Como desafíos, a medida que las empresas se digitalizan más, se convierten en objetivos atractivos para los ciberdelincuentes. La región ha visto un aumento en los ataques cibernéticos, incluido el ransomware, las filtraciones de datos y ataques de phishing. Por eso es esencial continuar con la concienciación y capacitación sobre ciberseguridad.

Como mencionamos, existe una escasez de profesionales capacitados en ciberseguridad, lo que dificulta que las empresas construyan y mantengan equipos de ciberseguridad sólidos. Con recursos limitados y la necesidad de seguir el cumplimiento normativo con las regulaciones de privacidad y protección

de datos, las empresas de Latinoamérica deben adoptar un enfoque proactivo de la ciberseguridad, como capacitaciones periódicas de concientización sobre seguridad para que los empleados mejoren su conocimiento de los riesgos cibernéticos y las prácticas seguras.



Cid Wilson

Presidente y director ejecutivo de la Asociación
Hispana de Responsabilidad Corporativa

Tenemos que asegurarnos que las
oportunidades en el futuro incluyan a la
comunidad latina

El reto se enfoca en alcanzar una educación que ofrezca
los conocimientos, recursos y herramientas tecnológicas
necesarias a todos los profesionales hispanos.

En julio de 2014, el dominicano estadounidense Cid Wilson fue nombrado presidente y director ejecutivo de la Asociación Hispana de Responsabilidad Corporativa (HACR), cuya misión es promover la inclusión de los hispanos en las empresas norteamericanas. Allí, Wilson administra un personal cada vez mayor de profesionales talentosos y dedicados, y aprovecha sus más de 30 años de experiencia en finanzas corporativas e investigación de valores en Wall Street para trabajar en estrecha colaboración con corporaciones, sus directores ejecutivos y directores, y directores de diversidad para aumentar la representación de los hispanos en todos los niveles en las empresas estadounidenses. Además, dirige programas e iniciativas destinadas a alentar a las empresas Fortune 500 a aumentar la inclusión hispana en las áreas de empleo, adquisiciones, filantropía y gobierno.

En el contexto tecnológico que vive el mundo, Wilson afirma: “Nosotros pensamos que la tecnología no solamente impacta los empleos de hoy sino los del mañana. La América Corporativa debe desarrollar y pensar que su producto sea inclusivo del desempeño del talento profesional latino. El denominador común es que la América Corporativa no debe dar por sentado que los latinos en los Estados Unidos deben asimilar su la cultura, que por costumbre es la mayoría dentro del campo laboral, sino apoyar lo que el talento profesional latino tenga que ofrecer tomando en cuenta toda su inclusividad y diversidad. Las empresas deben estar conscientes de dicha evolución”.

Wilson es considerado como uno de los líderes nacionales más destacados en el tema de la diversidad, la equidad y la inclusión a nivel ejecutivo en la América corporativa. Es un orador destacado en numerosas reuniones anuales en los EE. UU.

y en todo el mundo, así como una fuente sobre los temas de diversidad e inclusión en juntas corporativas, canalizaciones de C-suite, ascensión de CEO, aculturación corporativa, servicio de junta estratégica y empoderamiento de inclusión.

Como la cara pública de la organización HACR, Wilson promueve The Power of Hispanic Inclusion, a través de la defensa corporativa directa, compromisos de liderazgo intelectual, medios tradicionales y alcance a organizaciones, grupos de recursos para empleados y líderes de diversidad que comparten la misión de la organización. Su facilidad para comunicarse dentro de los C-suites de las principales corporaciones de EE. UU. es una ventaja única para crear nuevas asociaciones y fortalecer las relaciones con los miembros corporativos existentes. Es miembro del Consejo de CEO del Wall Street Journal y de la Iniciativa Global, y es CEO de la revista Fortune. Es miembro de la Junta Asesora de Fortune Global Summit. Además, es miembro de la junta directiva de Minnesota USA Expo 2027, que busca traer la Expo Mundial (también conocida como Feria Mundial) a los Estados Unidos por primera vez en más de 40 años.



Su enfoque de elevar el talento diverso a las juntas corporativas se extiende también a todas las mujeres y personas de color a través de su servicio como parte de Alliance for Board Diversity (ABD), asociación de la que fue nombrado presidente en enero de 2022 por un período de 2 años.

En septiembre de 2022, el presidente Biden nombró a Cid Wilson para formar parte de la comisión asesora sobre el avance de la equidad educativa, la excelencia y las oportunidades económicas para los hispanos. Pero, su primer nombramiento presidencial fue en 2009, cuando Barack Obama lo invitó a participar en la Comisión de Estudio del Museo Nacional de los Latinos Estadounidenses, donde Wilson propuso al presidente y al Congreso la construcción de un

nuevo Museo Smithsonian en el National Mall en Washington, D.C. Así mismo, fue nombrado presidente de la junta de los Amigos del Museo Nacional del Latino Americano en 2012 y continúa liderando los esfuerzos de promoción, destinados a mantener el apoyo del Congreso para la finalización del museo.

Wilson se graduó de la Universidad Estatal de Ohio con una licenciatura en economía. Inició su carrera en Wall Street en 1993 y ascendió de manera constante desde la sala de correo hasta la suite ejecutiva, obteniendo el reconocimiento nacional como el Analista minorista especializado número 1 de Forbes en 2006.

Su liderazgo proviene de muchos años de servicio en juntas corporativas, juntas asesoras corporativas y décadas de interacción con directores de juntas corporativas y directores ejecutivos. Es miembro del comité directivo de gobierno de CEO Action for Diversity & Inclusion, la iniciativa corporativa de CEO más grande del mundo centrada en la diversidad, la equidad y la inclusión.

En junio de 2021, Wilson fue incluido en el Salón de la Fama de la Oficina de Diversidad e Inclusión de la Universidad Estatal de Ohio, por su vida de logros y su dedicación para compartir sus inspiraciones con los estudiantes de su amada alma mater.

Definitivamente, su trayectoria habla por sí sola; Cid Wilson es un orgullo dominicano estadounidense y, en esta edición sobre talento humano y liderazgo, quisimos conocer su visión acerca de las oportunidades que los hispanos tienen en medio de la Transformación Digital en los Estados Unidos.

¿Cómo cree que la transformación digital está afectando la inclusión y el desarrollo del talento hispano en las empresas estadounidenses?

Sabemos que la economía continúa desarrollándose, y la tecnología sigue de modo cambiante. Ambos aspectos van de la mano. Tenemos que asegurarnos que las oportunidades en el futuro incluyan a nuestra comunidad y talento latino. Las empresas deben invertir en la educación y desarrollo tecnológico como parte de su transformación digital, y que nuestro talento latino tenga acceso directo a esta información. STEM, que une a las 4 áreas importantes de conocimiento en las que trabajan científicos e ingenieros, es un concepto vital dentro de la fórmula exitosa de nuestro talento latino y futuros líderes. Una de las cosas que nos preocupa, es que mucha de las empresas no incluyen representación latina desde el punto de vista educativo.

Muchas de las tomas de decisiones, desde el punto de vista de contratación de talento, no incluye el concepto de DEI

(Diversity, Equity and Inclusion), el cual es vital en el proceso de reclutamiento de talento latino en los Estados Unidos.

¿Cuáles son las iniciativas que HACR está llevando a cabo para promover la inclusión y el desarrollo del talento hispano en el contexto de los avances tecnológicos?

Nuestra misión es liderar e incluir al talento latino en la América Corporativa, sin importar en cual campo profesional pertenece. Manejamos a cada empresa como una organización tecnológica, siempre buscando soluciones que las ayuden a incluir dicha transformación tecnológica como parte de su plan de desarrollo de una forma multicultural, y que incluyan la participación de los latinos en los Estados Unidos.

Este método de reclutamiento de talento de las empresas es vital, especialmente para profesionales latinos que puedan ejercer en roles ejecutivos y gerenciales. De esta manera, podemos tener representación de nuestra comunidad en puestos de toma de decisiones, importante para el crecimiento de nuestro talento. Las estrategias de diversidad y de tecnología van de la mano en todos estos aspectos.

Mi recomendación es que todas las compañías deben ser pilares de DEI (Diversity, Equity and Inclusion), y siempre tomando en cuenta quiénes son las personas que están detrás de las cortinas tomando las decisiones que nos afectan a todos.

¿Cómo cree que las empresas pueden aprovechar mejor el talento hispano en el contexto de la transformación digital?

Mi recomendación es que las compañías deben de reconocer que los latinos tienen todo el conocimiento tecnológico, especialmente la nueva generación de latinos. Tenemos una gran responsabilidad de asegurarnos que nuestro talento debe ser incluido en los procesos de educación continua y actualizaciones, que son importantes para el desarrollo de nuestros profesionales en el campo tecnológico. Existen organizaciones que se especializan en ofrecer los recursos tecnológicos necesarios como la Society of Hispanic Professional Engineers (SHPE), Hispanic IT Executive Council (HITEC) y Latinas On Fast Track (LOFT). Estas organizaciones se enfocan en el desarrollo de talento latino dentro del campo de la tecnología. Dichos recursos permiten que las puertas de información siempre permanezcan abiertas para nuestra comunidad profesional latina. De esta manera, el proceso educativo de actualización y desarrollo profesional está al alcance de todos y se disminuye el riesgo de que nos quedemos atrás en medio de este proceso tan dinámico como lo es la transformación digital.

¿Cuáles son los desafíos más grandes que enfrenta el talento hispano en el contexto de los avances tecnológicos y cómo cree que se pueden superar?

El reto más común dentro una industria que se transforma, es cómo te enfocas en ofrecer talleres y ofrecer los recursos necesarios para satisfacer educación continuada, en especial con los adultos profesionales. No hay duda, que la transformación digital es algo que siempre está evolucionando. Es importante asegurarnos que estas tecnologías estén disponibles a los profesionales latinos, y al nivel educativo dentro del sistema educacional del país. Apoyo totalmente los métodos de entrenamiento y educación continuada en el lugar de trabajo. Esta transformación digital debe estar enfocada en la inclusión de profesionales latinos. Debe haber comunicación directa entre el mundo corporativo y el sistema educativo del país para que las expectativas de llenar estos puestos se logren. La comunicación debe estar siempre presente en todos sus aspectos. Las empresas en la América Corporativa deben de tomar un rol como líderes para hacer este tipo de transformación digital presente y accesible a nuestro talento latino.

¿Cómo ha sido su experiencia personal como líder hispano en el contexto de la transformación digital?

He utilizado la tecnología y he estado involucrado en la transformación digital como parte de nuestra misión de adelantar talento profesional latino en la América Corporativa. Hoy día, podemos tener juntas o reuniones productivas de manera virtual. Pero necesitamos mucha más representación de nuestro talento en este espacio y tenemos las alianzas que nos ayudan a identificar estas oportunidades en la América Corporativa. Desde el punto de vista personal, y trabajando por 21 años como líder en Wall Street, yo fui testigo de cómo la transformación digital se desarrollaba, y había que aprender todos los días nuevos métodos tecnológicos para mantenernos relevantes con las aplicaciones y procesos que, sin duda, van de la mano con los cambios tecnológicos, para mantenernos competitivos.

¿Qué consejos le daría a los jóvenes hispanos que buscan desarrollar su carrera en el contexto de los avances tecnológicos?

Mi consejo comienza con seguir aprendiendo. Deben siempre estar atentos y prestar atención a lo que está sucediendo en el mundo tecnológico y dentro de sus campos profesionales. Quince años atrás, las redes sociales no eran la norma. Hoy día, todo eso ha cambiado, y ya es una necesidad, especialmente de tener una cuenta, por lo menos con la red social de LinkedIn. Deben siempre estar abiertos a cambiar y

desarrollar sus destrezas. Deben de siempre buscar y extender sus talentos para seguir avanzando y adquirir el crecimiento profesional. Siempre busquen aprender. Cuando tu trabajo se convierte en una rutina, eso significa que debes seguir alimentando tus conocimientos de manera continua, y prestar atención a los desarrollos constantes dentro del campo de la transformación digital.

¿Cómo cree que la cultura hispana puede contribuir al éxito de las empresas en el contexto de la transformación digital?

Existe tanta diversidad dentro de nuestra cultura latina, que la inteligencia cultural toma gran parte de esta transformación digital. Esto viene de las experiencias de vida de cada individuo ya sea que nacieron en Estados Unidos o llegaron a este país como inmigrantes, entre otros. Este tipo de inteligencia cultural es importante cuando se trata de toma de decisiones en diferentes mercados dentro de la comunidad latina en los Estados Unidos.

¿Cuáles son las historias de éxito más inspiradoras que ha visto en relación al talento hispano y los avances tecnológicos?

Siempre me motiva e inspira cuando veo historias de éxito, y tenemos tantas. Cada vez que vemos un latino o latina que ocupa un puesto importante al nivel de “C-Suite”, esto nos indica que muchas iniciativas dentro de la transformación digital son lideradas por nuestros profesionales. Es un cambio muy importante porque es un indicativo de que la América Corporativa nos está aceptando y seguimos trabajando hacia ese norte.

Estamos creando una cultura empresarial que apoya la inclusión de profesionales latinos en este mundo corporativo.

¿Cómo cree que la comunidad hispana puede apoyar el desarrollo del talento hispano en el contexto de la transformación digital?

Una de las mejores maneras es de asegurarnos que estamos ofreciendo incentivos a nuestros jóvenes, que puedan seguir adquiriendo los conocimientos necesarios para avanzar y competir en el campo de la tecnología. Que su participación esté integrada con la tecnología y en nuestras escuelas. Que participen en programas tecnológicos en las escuelas y universidades, y que tengan los recursos necesarios para poder competir. Un ejemplo es que tengan acceso a programas de subsidio de Internet y WIFI, y que los dispositivos y aplicaciones que utilizan tengan las versiones más actualizadas de sus sistemas operativos. Estas iniciativas deben de ir de la mano y disponibles en ambos idiomas, tanto en inglés como en español.

Aldo Civico

Antropólogo, estratega de liderazgo, autor y conferencista

En el burnout hay un quiebre de la salud personal

Para el especialista, es importante que el bienestar se vuelva un programa, un hábito y parte fundamental de la cultura y práctica empresarial.



Recientemente, un estudio de la encuestadora Gallup, State of Global Workplace 2023, ha sido noticia porque arrojó como resultado que gran parte de los colaboradores alrededor del mundo están estresados, lo que trae pérdidas millonarias a las empresas.

¿A qué se debe esto? ¿Será la digitalización responsable o parte del problema? Hicimos estas mismas preguntas a Aldo Civico, antropólogo, estratega de liderazgo, autor y conferencista: “Los factores son múltiples. Por un lado, somos veteranos de la pandemia. Ha sido una experiencia dura, traumática, que ha cambiado muchos paradigmas. Ha insertado una incertidumbre existencial muy profunda. Hemos adoptado nuevas formas de trabajar a las cuales aún no nos hemos completamente adaptado. A eso se suma la disrupción que viene con las nuevas tecnologías que están viviendo una fase de potencialización muy grande. Pero todas estas son circunstancias externas y el estrés crónico es un síntoma. En realidad no hemos tenido el tiempo de adecuar nuestros mapas y modelos mentales. Nuestro malestar es una muestra de eso”, afirmó en entrevista para Factor de Éxito.

Civico, quien también es autor del podcast Inspira Tu Mente, dedicado al futuro del liderazgo, trabaja a nivel global con líderes y equipos empresariales para desarrollar un liderazgo consciente y lograr altos

niveles de cooperación y rendimiento. Convencido de que las empresas juegan un papel fundamental para resolver los desafíos de un mundo complejo y volátil, está dedicado a la formación de líderes comprometidos con impulsar la innovación y la aptitud para el futuro, y así aportar al mundo.

Además, hasta el momento es el único coach autorizado para entrenar en español en Havening, una revolucionaria técnica psicosensorial, de la que estaremos hablando con él más adelante en el artículo.

¿Cómo afecta el burnout de los colaboradores a la productividad de una organización?

Lo afecta de manera profunda. El cerebro frito no es capaz de rendimiento. En presencia del burnout hay un quiebre de la salud personal que también causa la quiebra de un proyecto y hasta de un negocio. El burnout es incompatible con el alto rendimiento. Cuando el burnout no es una excepción o un caso aislado, significa que hay que hacer transformaciones en la cultura organizacional, es decir en sus valores, en sus prácticas.

¿Y si el burnout lo padece el o los líderes de la empresa, cómo afecta la dinámica y rendimiento de la empresa?

En el mundo complejo en el cual vivimos todos son esenciales en una empresa y en una organización. Pero un líder determina mucho el clima laboral y los efectos negativos de un burnout padecido por un líder puede propagarse por toda una organización.

¿Qué medidas puede recomendar para prevenir el burnout, tanto desde el punto de vista personal como empresarial?

Yo pienso que es esencial conectarnos con nuestro propósito superior. Tener una visión nos ayuda a trascender nuestro ego y el burnout está conectado con el ego, con las ansiedades, los miedos, las exigencias del ego. Cuando vivimos para una visión generosa y grande que no sirve solo a nosotros sino que a los demás, podemos trascender el ego. Primero, pienso que es importante tener un propósito. También hay que desarrollar hábitos saludables como el ejercicio, la alimentación sana, el ocio, compartir con amigos y familiares, hacer pausas. Hay que encontrar un equilibrio y alternar periodos de trabajo intenso con pausas de descanso y ocio.

¿Considera que las empresas en la región dan a la salud física y mental de sus colaboradores importancia suficiente?

Veo que siempre más empresas se lo están planteando. Estamos viviendo una crisis de salud mental generalizada. Hay niveles de ansiedad y de estrés crónicos elevados. Veo que empresas están



Havening, una revolucionaria técnica psicosensores

¿Cómo llega a conocer el Havening y cómo comienza su formación en esta técnica?

Llegué a estudiar Havening porque yo mismo tenía traumas de mi adolescencia por superar y me lo estaba cargando aún en mi vida de adulto. También me di cuenta de que los traumas de muchos de mis clientes son el obstáculo que les impide un alto rendimiento constante. Havening es revolucionaria porque a través de un toque suave en partes del cuerpo como los hombros, las mejillas y los palmos de las manos, es posible eliminar las marcas biológicas que eventos traumáticos dejan en el cerebro. Además aumenta el bienestar emocional, o alto rendimiento, la memoria y la concentración. Havening es poderoso para fortalecer la resiliencia y el bienestar emocional.

dedicando al tema del bienestar talleres y charlas. Es un buen comienzo. Pero no es suficiente. El bienestar se tiene que volver cultura, práctica empresarial. Hay todavía un camino largo por recorrer. Todavía pensamos que las horas que no son productivas en lo laboral son horas desperdigadas, en lugar de pensar que es durante el ocio que se crean nuevas rutas naturales, que nacen nuevas ideas, que se encuentran soluciones a los problemas, etc.

¿Qué estrategias o enfoques recomienda para fomentar una cultura de salud y bienestar en las organizaciones?

Pienso que se tiene que convertir en una conversación permanente. Es importante que el bienestar se vuelva un programa pero no se puede limitar a eso. Tiene que volverse cultura, hábito. Eso significa pensar en términos de seguridad emocional, de flexibilidad laboral, de formas de comunicación abierta y permanente. Hay que concientizar a los empleados sobre qué es el bienestar y cómo se fomenta. Claro, los líderes tienen que ser el ejemplo.

¿Cuáles son las bases del Havening que permiten eliminar permanentemente los efectos de traumas y emociones debilitantes como la ansiedad, fobias, miedos, y que te permite recuperar y fortalecer tu bienestar y libertad emocional?

El toque de Havening interrumpe la transmisión de información entre neuronas de las amígdalas de manera tal que un gatillo ya no dispara la misma reacción estresante. Cambia la información que las neuronas se comunican. La amígdala se depotencia y vuelve a ser íntegra. Eso hace que uno elimina los efectos de un trauma o de otras emociones debilitantes como la ansiedad, fobias, miedos, etc.

¿Es el Havening para todo el mundo?

Si, desde los niños hasta los adultos mayores, pasando por los ejecutivos y los gerentes. Es un método simple y muy eficaz de autorregulación emocional. Es una herramienta que hoy necesitamos para aumentar nuestro bienestar y enfrentar con más calma y confianza tiempos a veces muy inciertos y difíciles.



Gerardo López Gallo

Co-Founder and Chief Strategy Officer

“Los más grandes desafíos se han logrado superar con trabajo duro, consistencia y resultados”

La disponibilidad de plataformas en línea y servicios de streaming ha impulsado la diversificación de géneros en la producción de contenido. Esta tendencia ha obligado a las empresas de medios a reevaluar constantemente su estrategia de producción y programación para mantenerse a la vanguardia y satisfacer la demanda diversificada de la audiencia latina.

Exploramos la impresionante trayectoria de un líder con más de 25 años de experiencia en puestos directivos clave en las industrias de contenido, marketing y publicidad. Gerardo López Gallo, Co-Founder and Chief Strategy Officer, con un historial de éxito en la gestión de equipos de más de 350 personas en una organización de 1.5 mil millones de dólares, nuestro entrevistado ha tomado decisiones estratégicas sobre uno de los presupuestos de adquisición de contenido más grandes de América Latina.

Su experiencia abarca desde contenido y programación hasta branding, promoción, marketing y estrategia, y su enfoque en la planificación, desarrollo y producción de campañas de marketing para todos los medios y plataformas de comunicación demuestra un conocimiento incomparable.

Además de su experiencia en la industria, este visionario también comparte su profundo conocimiento de las relaciones con líderes del sector, ejecutivos, directores, productores y escritores. Su habilidad para construir equipos sólidos, su destreza en presentaciones y habilidades de comunicación excepcionales son cualidades que han sido clave en su éxito.

Con una experiencia probada en el mercado latinoamericano y el mercado hispano de Estados Unidos, esta entrevista ofrece una visión única de cómo desafiar el status quo y avanzar más allá de los resultados actuales.

López no solo ha demostrado su capacidad de liderazgo en empresas de renombre internacional, sino que también ha contribuido al ámbito de la educación y el voluntariado como miembro clave en la creación y desarrollo de TeletonUSA, que recaudó más de 15 millones de dólares y llegó a una audiencia de 13.9 millones de espectadores. Su impacto trasciende los negocios y se extiende al ámbito de la responsabilidad social corporativa, lo que lo convierte en un verdadero modelo a seguir en su industria y más allá.

Se menciona que tiene una amplia experiencia en la industria de contenidos y publicidad. ¿Cuál diría que ha sido su logro más destacado en estos campos?

En casi 30 años de carrera, puedo decir que hay muchas cosas de las que me siento orgulloso, pero creo que lo más importante ha sido armar equipos ganadores que logren combinar estrategia, creatividad y resultados. Un par de ejemplos fueron, como en Televisa, cuando llegamos y nos encontramos al canal 2 en un all-time low en el primer cuarto de 2017, logramos crecerlo un 30% en tan solo 3 meses haciendo ajustes en la estrategia de programación.

En Discovery Networks, logramos llevar a los 3 canales principales a estar en el top 3 de su categoría, y en una encuesta independiente de Havas en marzo de 2017, logramos ser considerados la marca que más bienestar le traía a los mexicanos, por encima de Google y Apple, después de varios años de llevar una estrategia de inspirar a los mexicanos.

¿Cuál considera que es el papel más importante de la estrategia de contenido en la industria actual de medios?



En una industria que cambia constantemente, hay que tener una visión estratégica muy clara. Nosotros siempre nos hemos basado en 6 principios básicos:

1- Todas las decisiones se toman con la audiencia en el centro.

2- Siempre hacemos investigación (research) y analizamos lo que nos dice la data, los insights y las tendencias, no para que nos digan qué hacer, sino para guiar nuestras propias decisiones.

3- Trabajar mano a mano con los equipos de desarrollo de contenido.

4- Empaquetar y "eventizar" los lanzamientos, con tanta competencia, es fundamental ser escuchado.

5- Ser estratégico y táctico al mismo tiempo, mantener claro hacia dónde tienen que ir los contenidos, pero sin olvidar que esta lucha es de todos los días y cada detalle suma.

6- Entender que el contenido va más allá de las plataformas, se convierte en una marca.

Ha trabajado en roles de alto nivel en varias organizaciones. ¿Cuál ha sido el mayor desafío que ha enfrentado en su carrera y cómo lo superó?

Tratar de hacer cambios en compañías muy grandes y que llevan mucho tiempo trabajando de la misma manera, a veces se olvida el espíritu emprendedor y la toma de riesgos. Se han logrado superar con trabajo duro, consistencia y resultados.

Con su experiencia en el mercado latinoamericano y hispano de los EE. UU., ¿cómo ha visto evolucionar la demanda de contenidos a lo largo de los años?

Durante casi 30 años en el mercado latinoamericano y hispano de los Estados Unidos, he observado una transformación significativa en la demanda de contenidos. En el pasado, las novelas claramente dominaban el panorama, pero en la actualidad, la audiencia busca una diversidad de géneros, desde series de ficción hasta realities true crime. Esto ha llevado a grandes cambios en la estrategia de producción y programación de medios tradicionales y de las nuevas plataformas ya que hay una mayor competencia por ofrecer contenidos atractivos y auténticos.

La disponibilidad de plataformas en línea y servicios de streaming ha ampliado las opciones de consumo y ha impulsado la producción de contenido original. Eso también ha logrado que la industria crezca; escritores, directores, productores han tenido mucha más oportunidad de desarrollarse y crecer. Además, la audiencia busca cada vez más contenidos que reflejen su identidad cultural y temas relevantes para la comunidad latina. Esta evolución ha requerido una adaptación estratégica constante para mantenerse relevante en una industria en constante cambio.

Como experto en marketing y estrategia, ¿cuál cree que son las tendencias más importantes en la publicidad y el marketing en la actualidad?

Pensando en la creciente necesidad de conectar de manera distinta con los consumidores, quisiera destacar dos tendencias clave en la actualidad. En primer lugar, la personalización se ha vuelto esencial, ya que las marcas emplean datos y análisis para crear experiencias a medida que aumentan la relevancia y el engagement con los clientes.

En segundo lugar, respondiendo a cambios generacionales, la responsabilidad social y la sostenibilidad son ahora prioritarias, con las marcas incorporando valores éticos en sus estrategias para satisfacer las expectativas de los consumidores. Estas tendencias, en combinación con las 9 horas,

que de promedio están invirtiendo las personas en el consumo de contenido, muestran la importancia de generar estrategias de comunicación centradas en la utilización de contenidos para conectar con sus consumidores.

¿Cómo logra mantenerse actualizado en un entorno mediático en constante cambio?

Leyendo a periodistas e investigadores de la industria, algunos de mis favoritos son como Evan Shapiro, Matthew Ball, The Entertainment Strategy Guy, además de tradescómo THR, Variety, Deadline, The Wrap, etc. En español, Produ es indispensable, Señal, etc. También asistiendo a mercados importantes como Content Americas, L.A. Screenings, MIPCOM, MIP CANCUN, etc. Y por supuesto, ver mucho contenido.



Ha trabajado con numerosos líderes de la industria. ¿Qué consejo le daría a quienes aspiran a tener éxito en la industria de los medios?

El consejo que daría a quienes aspiran a tener éxito en la industria de los medios es que: i. Sean apasionados de la industria. Que lean todo lo que puedan, que se mantengan al día con todo lo que está sucediendo. Vean y analicen los contenidos que destacan. ii. Networking.

Crezcan sus redes de conocidos, hablen con todo el mundo, no tengan pena en contactar a cualquier persona de la industria, atiendan a los eventos, etc. iii. Be Bold: Sean atrevidos y trabajen duro, no job too small, no job too big. Y como decía Jerry Perenchio, never lose your sense of humor.

¿Cómo se ha adaptado a la convergencia de plataformas y la creciente demanda de contenido en línea?

Vemos muchas consolidaciones en la industria, con el fin de maximizar la creación de contenido y su distribución. Las grandes empresas están reinventando sus modelos de negocio. Pasaron de un modelo tradicional de televisión que tenía 2 principales fuentes generación de ingresos (Por publicidad y por distribución/MVPDs), donde la manera de evaluar contenidos era más directa, mientras más ratings, más ingresos.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la di

MIAMI 

@revistafde



Revista Factor de Éxito

www.revistafactordeexito.com



LARIMAR
CITY & RESORT

el proyecto más innovador
de **Punta Cana**

Juan Andrés Romero
CEO en Larimar City & Resort

Talento y Tecnología: liderando el cambio

● **Leticia Gammill**
Presidenta y fundadora de IWOMCY
Las empresas deben invertir en programas de capacitación y desarrollo para fomentar el talento.

● **Cid Wilson**
Presidente y director ejecutivo de la Asociación Hispana de Responsabilidad Corporativa
Presidente y director ejecutivo de la Asociación Hispana de Responsabilidad Corporativa

● **Aldo Cívico**
Antropólogo, estratega de liderazgo, autor y conferencista
En el burnout hay un quiebre de la salud personal

● **Gerardo López Gallo**
Co-Founder and Chief Strategy Officer
"Los más grandes desafíos se han logrado superar con trabajo duro, consistencia y resultados"



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

FDE
FACTOR DE ÉXITO

PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

CHILE | COLOMBIA | ECUADOR | MÉXICO | PANAMÁ
REPÚBLICA DOMINICANA | MIAMI | ATLANTA | NEW YORK



DESCARGA TODAS NUESTRAS EDICIONES AQUÍ >>>



Ahora se buscan modelos de negocio híbridos donde puedan tener más formas de captación de ingresos, como suscripciones directamente al consumidor, comercio electrónico, etc. Los medios digitales permiten tener mucha más información sobre los gustos y hábitos de consumo de nuestras audiencias. Seguramente seguiremos viendo cómo van evolucionando estos modelos de negocio.

Como MBA de la Kellogg School of Management, ¿cómo ha influido su educación en su enfoque de liderazgo?

Kellogg fue una gran experiencia, no solo por lo que se aprende en el aula, sino también por conocer profesionales extraordinarios de todo el mundo y porque te acostumbra a poder frenar, tomar distancia, ver un momento el panorama global y deconstruir los retos en partes más pequeñas y tomar decisiones más estratégicas.

Su experiencia abarca tanto contenido como estrategia. ¿Qué papel juega la estrategia en la creación y distribución de contenido efectivo en la actualidad?

Justamente analizando la necesidad de expandir estrategias de contenido es porque decidimos iniciar nuestro propio emprendimiento. Lo más importante en esta industria es la creación de Propiedades Intelectuales (IP) poderosas, pues esto es lo que crea fandom y hace que la cadena de valor de cada IP pueda extenderse y generar múltiples fuentes de ingresos.

En Xook estamos utilizando y desarrollando tecnología e integrando a key stakeholders de la industria para fortalecer la creación de IP. Estamos ofreciendo una visión muy estratégica a la creación de contenidos, que se apoyan de la información obtenida de las audiencias basada en nuestra tecnología, pero tomando siempre en cuenta la creatividad y los instintos de los creadores. Estamos viviendo momentos verdaderamente interesantes en nuestra industria.



II Cumbre EXPO TUR

FACTOR DE ÉXITO 2024

Un espacio para el encuentro de la industria del turismo

Del 25 al 27 de abril de 2024, República Dominicana recibirá a profesionales del sector, inversores y entusiastas del turismo de la región LATAM y el Caribe.

Debido a la posicionamiento de liderazgo que tiene República Dominicana en la industria turística mundial, el país se convierte en el anfitrión del Caribe de la II Cumbre ExpoTur Factor de Éxito, en la que se darán cita empresarios, agencias de viaje, proveedores de productos y servicios relacionados con la industria del turismo de toda la región LATAM y el Caribe.

La II Cumbre ExporTur Factor de Éxito, a realizarse del 25 al 27 de abril de 2024 en Cap Cana, es un espacio de tres días, especialmente diseñado para el networking, crear y afianzar relaciones comerciales, hacer negocios y emprender nuevas inversiones, crear nuevas empresas, y enterarse de la actualidad y tendencias.

A través de una amplia variedad de actividades, como conversatorios, charlas, conferencias, foros, debates, actividades culturales y exposición comercial que abarcan los distintos segmentos de la industria turística, la II cumbre ExporTur Factor de Éxito busca dar un impulso a la cadena de valor de este sector clave de la economía latinoamericana.

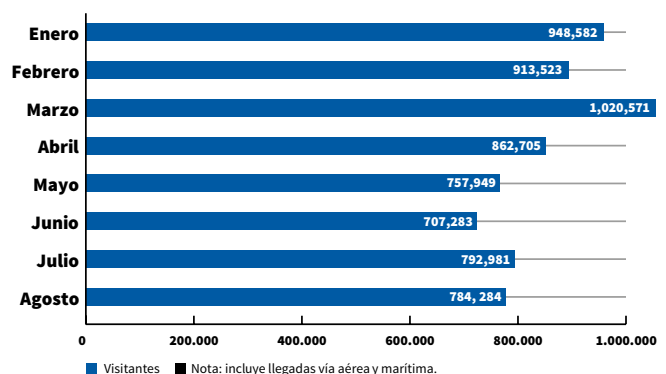
Apalancados en el alcance que Factor de Éxito ha construido en la región a través de sus plataformas comunicacionales, el evento llegará a una amplia audiencia de profesionales de la industria, inversores y entusiasta del turismo en Colombia, Chile, México, Panamá, Ecuador y, en los Estados Unidos, Atlanta, Miami y Nueva York.

Desde el turismo inmobiliario, de negocios, de ocupación hotelera, pasando por el deportivo, de

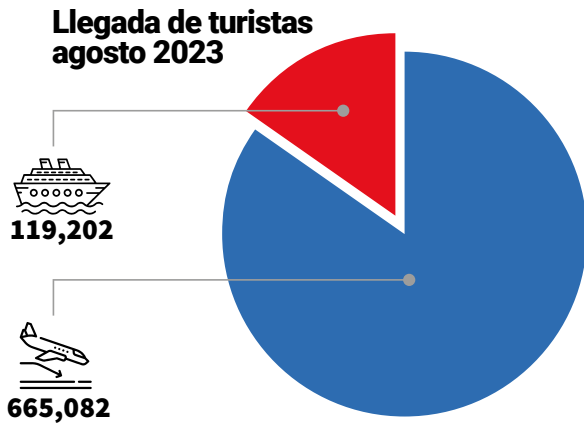
cine, gastronómico, de moda, de convenciones empresariales, de espectáculos y más, este encuentro se constituye en una oportunidad única para compartir experiencia y buenas prácticas, junto a referentes y expertos del sector, así como para generar ideas que impulsen la competitividad.

¿Por qué en República Dominicana? Las cifras de turismo del país caribeño baten récords todos los meses. Los primeros ocho meses de este año ingresaron 5,544,778 turistas y 1,535,213 excursionistas, alcanzando un récord de visitas en ese periodo con relación a años anteriores: 31 % más en el 2019, 136 % más que en el 2021 y 25 % por encima del año pasado.

Llegada de turistas a República Dominicana 2023 Enero-agosto

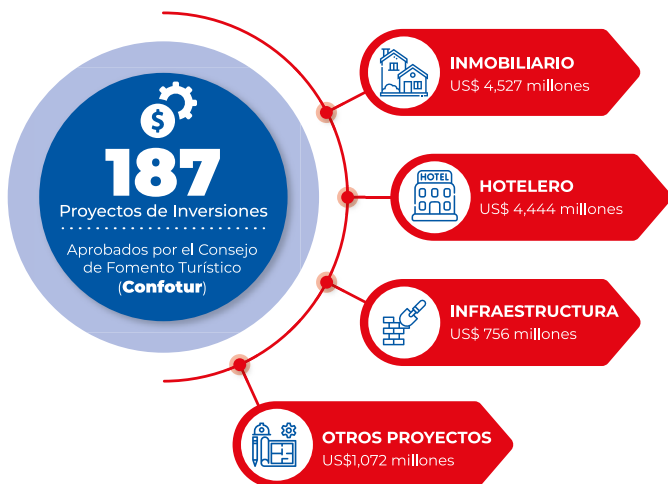


Sólo en agosto, República Dominicana recibió la llegada de 784,284 de turistas, 665,082 lo hicieron por la vía aérea y 119,202 llegaron por vía marítima y la ocupación hotelera general en este mismo mes superó el 70%, pese a estar en lo que se denomina temporada baja.



El turismo representa el 18 % del PIB de la nación. Sin duda, la colaboración público-privada y el trabajo conjunto de los distintos actores del sector ha sido la fórmula del éxito del turismo dominicano, ya que se ha creado un excelente clima de inversión que ha atraído a gran cantidad de inversionistas que buscan estabilidad, porque quien construye un hotel necesita un destino con seguridad jurídica, política y económica, pues son inversiones de larga permanencia.

Las inversiones en construcciones turísticas en la República Dominicana, según datos de Mitur a julio de 2023, ascienden a 10,799 millones de dólares y el renglón inmobiliario lidera la lista de esos proyectos.



Nota: datos a julio de 2023.



Con esto se demuestra que la República Dominicana no es solo disfrute de sol y playa, sino que lo tiene todo y mucho más para darle valor al patrimonio de quien quiera invertir, y la II Cumbre ExpoTur Factor de Éxito se constituye en el espacio ideal para la tomar decisiones de negocios.



¡Sé parte de este evento internacional y experimenta el factor de éxito en el turismo!



EXPO
TUR
CUM BRE
FACTOR DE ÉXITO 2024

SEPTIEMBRE
2024
CAP CANA



FDE
FACTOR DE ÉXITO

Marcelo Muñoz Rojas

Marmunoz@liderexponencial.org

Creador del Método Liderazgo Exponencial



Cómo el Poder del Liderazgo y las Personas Apoyan la Transformación Digital

Premium Content

En la actual era de la transformación digital, el liderazgo y las personas desempeñan un papel fundamental en el éxito de cualquier empresa u organización. La capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y de liderar con visión y enfoque son elementos clave para alcanzar una transformación digital efectiva. A través de un liderazgo ágil y exponencial, personas comprometidas y habilidades en constante evolución, se pueden superar los desafíos y alcanzar nuevos niveles de innovación.

El liderazgo es el corazón de cualquier transformación digital. Sin líderes dispuestos a abrazar el cambio y desafiar lo convencional, las iniciativas de transformación están destinadas a fracasar. Los líderes deben ser audaces y arriesgados, dispuestos a dar un paso más allá de lo conocido y lo seguro. La transformación digital requiere líderes que inspiren a sus equipos a abrazar el cambio, a adoptar nuevas tecnologías y a ser innovadores en su enfoque.

Uno de los mayores desafíos en la transformación digital es la resistencia al cambio. Sin embargo, las personas adecuadas dentro del equipo son esenciales para impulsar el proceso de transformación. Es crucial contar con individuos comprometidos y dispuestos a ir más allá de lo establecido, que estén motivados para explorar nuevas formas de trabajar y de hacer negocios. La adaptabilidad al cambio es una habilidad que tanto los líderes como los miembros del **equipo deben cultivar para sobresalir en el entorno empresarial en constante evolución.**

La flexibilidad, es otro atributo esencial en la transformación digital. Los líderes deben estar dispuestos a escuchar y valorar las ideas y perspectivas de los miembros del equipo, independientemente de su jerarquía. Al ser flexibles y abiertos a la colaboración, se fomenta la innovación y se construye un ambiente donde las ideas fluyen libremente y se nutren unas a otras. La transformación digital no se trata solo de adoptar nuevas tecnologías, **sino de crear una cultura organizativa que valore la diversidad de pensamiento y la creatividad.**

El aprendizaje continuo es un pilar clave en la transformación digital. Los líderes y los equipos deben estar dispuestos a adquirir nuevas habilidades y conocimientos en un entorno empresarial en constante cambio. La tecnología avanza rápidamente, y aquellos que se quedan estancados en sus habilidades corren el riesgo de quedar rezagados. La inversión en el desarrollo profesional y en programas de capacitación es esencial para asegurar que el equipo esté equipado para enfrentar los desafíos del futuro.

Es importante reconocer que la transformación digital va más allá de la implementación de tecnologías avanzadas. Se trata de abrazar una mentalidad de cambio y crecimiento, tanto a nivel individual como organizacional. Los líderes y las personas tienen el poder de impulsar una transformación digital exitosa al adoptar una actitud audaz y adaptable, fomentando la innovación y el trabajo en equipo, y comprometiéndose con el aprendizaje continuo.



6 Acciones Claves para Desarrollarlo en las Organizaciones

1. Crear una Cultura de Innovación: Fomentar una cultura que valore la innovación y el pensamiento creativo. Los líderes deben alentar a los empleados a proponer ideas nuevas y a tomar riesgos calculados para mejorar los procesos y la eficiencia. Esto implica eliminar el miedo al fracaso y celebrar los intentos de innovar, incluso si no siempre conducen al éxito.

2. Invertir en Capacitación y Desarrollo: Proporcionar oportunidades de formación y capacitación en habilidades digitales y tecnológicas tanto para líderes como para empleados. El aprendizaje continuo es esencial para mantenerse actualizado en un entorno empresarial en constante cambio y para adaptarse a las nuevas tecnologías y tendencias emergentes.

3 Establecer Metas Claras: Definir objetivos y metas específicas para la transformación digital. Establecer indicadores, para medir el progreso y el éxito de las iniciativas digitales. Esto ayuda a mantener el enfoque y la dirección hacia los resultados deseados.

4. Fomentar la Colaboración y el Trabajo en Equipo: La transformación digital no es una tarea individual, sino un esfuerzo colectivo. Fomentar la colaboración entre diferentes equipos y departamentos para abordar desafíos y encontrar soluciones innovadoras. Esto puede lograrse mediante la creación de espacios de trabajo

colaborativos y facilitando la comunicación abierta y transparente.

5. Adoptar Tecnologías Emergentes de Forma Estratégica: Evaluar y seleccionar cuidadosamente las tecnologías digitales que mejor se adapten a las necesidades y objetivos de la organización. No se trata solo de adoptar la última tecnología de moda, sino de elegir aquellas que realmente aporten valor y mejoren la eficiencia y la productividad.

6. Liderazgo Inspirador y Comunicación Clara: Los líderes deben ejercer un liderazgo inspirador y visionario que motive a los empleados a participar activamente en la transformación digital. La comunicación clara y efectiva es clave para transmitir la visión, los objetivos y los avances a todos los miembros de la organización, lo que ayuda a mantener a todos alineados y comprometidos con el proceso de cambio.

Podemos decir entonces, el **liderazgo** y las **personas** son factores cruciales en el éxito de la transformación digital. Los líderes audaces y visionarios pueden **inspirar** y **guiar** a sus equipos hacia nuevas fronteras tecnológicas. Las personas comprometidas y dispuestas a abrazar el cambio son esenciales para implementar las soluciones digitales con éxito. **La transformación digital no es solo una cuestión tecnológica;** es una **transformación cultural** que requiere liderazgo valiente y personas dispuestas a abrazar el futuro con entusiasmo y determinación. Al aprovechar el poder del liderazgo y las personas, las organizaciones pueden allanar el camino hacia un futuro digital prometedor.

Lía Protto

Owner en Tentroya

Quien no arriesga, no gana:
El caso de Lía Protto
y su marca Tentroya

Lía Protto es una emprendedora argentina que ha logrado tener éxito en el mundo del diseño de indumentaria. Su marca Tentroya ofrece diseños únicos y coloridos que han sido muy bien recibidos en el mercado estadounidense, estableciéndose como una marca reconocida en Miami.

En 2007 y siendo abogada, Lía Protto trabajaba en el microcentro con tareas vinculadas a seguros y ART que no le generaban ningún desafío. Entre respuesta y respuesta a las diversas demandas que le llegaban, comenzó a elegir aquellas causas que requerían de la creatividad para solucionarlas o investigarlas.

Ello sumado a que siempre le gustó el diseño de indumentaria -pero debió estudiar una carrera con salida laboral concreta- derivó en una decisión clave: a sus 26 años comenzó a hacer un curso en la Escuela Argentina de Moda y se lanzó al mundo de las telas. En poco tiempo, ya estaba diseñando camperas de cuero, billeteras y carteras para su marca Tentroya, fundada en 2008.

“Siempre hubo en mí una parte muy vinculada a la creatividad y al diseño. Antes de Tentroya también tuve un emprendimiento con una amiga que estaba vinculado a la pintura sobre tela. Estampábamos remeras con plastisol y sublimados”, detalla Lía.

Además, sobre Tentroya -cuyos diseños hoy son reconocidos a nivel nacional- Lía subraya que antes de la pandemia tenía dos locales en el centro de la Ciudad de Buenos Aires. “Contábamos también con venta online pero con la llegada de la pandemia, tuve que cerrar el único local que nos quedaba en Galerías Pacífico. Fueron tiempos de mucho miedo porque creí que iba a tener que cerrar la empresa”, recuerda la emprendedora.

No obstante, afirma que sorpresivamente las ventas de la marca crecieron de manera exponencial: “La facturación superó las expectativas. Nos ayudó mucho poder llegar con el e-commerce a todo el interior del país. También los derechos del consumidor implementados para este tipo de ventas, que generaron mucha confianza en quienes no estaban acostumbrados a esta modalidad de compra”, apunta Lía. Y añade: “La clave del éxito estuvo en la tenacidad del equipo y en la readaptación que transitamos en todo este corto plazo. Es algo que caracteriza a todo emprendedor argentino”.

Tentroya ofrece una alternativa distinta. Sus diseños se caracterizan por ser coloridos, más allá de las temporadas.

Sostiene Lía que “nos renovamos para que el cliente siempre encuentre alternativas nuevas con exquisitos diseño y excelente calidad. Hoy llegamos a todo el país sin cargo para seguir creciendo cada vez más”.

Lía Protto es una emprendedora argentina que ha logrado tener éxito en el mundo del diseño de indumentaria. Su marca Tentroya ofrece diseños únicos y coloridos que han sido muy bien recibidos en el mercado estadounidense, estableciéndose como una marca reconocida en Miami.

Lía comenzó su camino en el mundo del diseño de indumentaria buscando proveedores y recorriendo la calle Boedo en busca de materiales de confección. Sin embargo, se encontró con la falta de profesionalización de la actividad. Lía recuerda que recorría talleres buscando alguien que quisiera hacer algo distinto, pero la mayoría de los modelistas se negaban a hacer algo diferente de lo que se hacía habitualmente. Lía insistía para que lo hicieran, tratando de contagiarlos de su visión, pero mucha gente elegía seguir haciendo bolsos básicos porque económicamente les convenía más.

Luego, al momento de fabricar los productos, Lía se enfrentaba a la frustración de recibir productos mal hechos, mal cosidos, manchados y con los materiales arruinados después de haber esperado por ellos durante dos meses. Ahora Lía lo toma como parte del proceso, pero las primeras veces era tremendo. Una cartera que había imaginado 6 meses atrás, para la cual había comprado los materiales y conseguido el taller, llegaba destruida y no



tenía solución.

Lía también se refiere a las dificultades que enfrentó al momento de conseguir insumos cuando se cerraron las importaciones. Los insumos no se conseguían y eso perjudicaba a todos. Nunca podían competir con marcas internacionales porque no tenían los insumos. Había un herraje que Lía usaba que lo compraba en China porque aquí no se conseguía. Lo quiso fabricar, pero no lo fabricaban porque no tenían la máquina y no querían invertir en eso por miedo.

No obstante estos temas, Lía plantea que Argentina es increíble y puede crecer con su industria. Tenemos muy buenas ideas y buena gente, pero necesitamos contar con un plan que ayude a que esto ocurra. Si queremos competir con marcas en serio, tenemos que tener con qué. Lía enumera algunas cosas que podrían ayudar a crecer las fábricas: facilidades para contratar, acceso al crédito y

acceso a los insumos.

Tentroya comenzó con una inversión de u\$s3.000. Empezaron haciendo indumentaria de cuero y después fueron sumando accesorios y carteras. Hoy están en una venta que ronda los 100 productos mensuales y una facturación promedio de \$3 millones mensuales.

Sobre cómo ha ido evolucionando el negocio, Lía dice que fue en sintonía con su propia evolución como emprendedora. Arrancaron vendiendo a conocidos y amigos de amigos. Cuando empezaron a crecer, incursionaron en el mundo del marketing, prensa y branding, y la marca fue creciendo poco a poco. A la gente le iba gustando y llegaron a tener dos locales, uno en Posadas y Rodríguez Peña y el otro en Galerías Pacífico.

El primer local tuvo que cerrarlo por la situación económica y luego de la pandemia, el otro también. Fueron tiempos de mucho miedo porque Lía creyó que iba a tener que cerrar la empresa. Actualmente, la marca se vende solo a través del canal online. La modalidad explotó con la pandemia y ahora sigue creciendo. La facturación superó las expectativas y la clave del éxito estuvo en la tenacidad del equipo y en la readaptación que transitamos en todo este corto plazo.

Lía analiza la actualidad del rubro: el hecho de que no haya un plan sostenido para el crecimiento de la industria hace que sea muy informal. Muchas veces los talleres constan de 2 personas que son familiares y trabajan en el fondo de su casa con una pequeña máquina que pudieron comprar. No apuestan a crecer porque ya tuvieron una mala experiencia, entonces en lugar de trabajar con 2 o 3 talleres tienes que buscar 20 para poder sacar una producción o armar un equipo propio.

Por otro lado, los cueros que se exportan son los de primera calidad y los que quedan aquí son los rechazos de exportación, por lo que parten desde atrás con respecto a marcas internacionales. Y lo mismo pasa con los herrajes: aquí te adaptas a lo que hay, no a lo que quieres o a lo que el diseño lleva.

Como próximos pasos, Lía quiere llevar sus productos a otros mercados y seguir creciendo y expandiéndose. Está convencida de que el canal online es el camino a seguir y que invertir en él para que sea cada día una mejor experiencia para el cliente y el usuario es la forma de llegar

a más personas. Con un local llegas a la gente de la zona, mientras que teniendo una tienda online llegas a todos los rincones del país.

Si volviera el tiempo atrás, Lía tal vez apostaría muchos más recursos al canal online. Cree que no tiene techo y que las posibilidades que ofrece son infinitas. No dejaría de tener local, pero siempre apostando fuerte al crecimiento online. Por otro lado, armaría más equipo. A veces uno cree que puede hacer todo solo y muchas veces se termina agobiando. Siempre las cosas que se hacen en equipo terminan siendo mejor.

En términos de balance, Lía dice que el aprendizaje que les dejaron estos últimos 2 años es la posibilidad de reinventarse. Cuando algo pasa que te sorprende y te saca de tu zona de confort, tener la capacidad y la disposición para adaptarte es muy importante, y cree que eso en la Pyme es mucho más sencillo que en una empresa grande.

Lía Protto pasó de un estudio jurídico a recorrer talleres buscando la mejor calidad para sus productos. En pandemia explotó el negocio y quiere exportar. En 2007, Lía Protto era abogada y trabajaba en el microcentro con tareas vinculadas a seguros y ART que no le generaban ningún desafío. Pero la creatividad y el diseño siempre fueron parte de su vida. «Trabajaba en un estudio jurídico haciendo cosas que me aburrían y empecé a buscar dónde poner mi creatividad», cuenta a iProfesional.

Si bien tuvo que «estudiar una carrera con salida laboral concreta», a sus 26 años comenzó a hacer un curso en la Escuela Argentina de Moda y en poco tiempo ya estaba diseñando camperas de cuero,

billetteras y carteras, lo que daría origen a su marca Trentoya en 2008.

Lía empezó de cero, buscando proveedores, yendo a caminar la calle Boedo por materiales de confección y, si bien hoy la marca funciona de otra manera, al principio era ella haciendo todo. «Ese camino me hizo conocer y aprender muchas cosas sobre el rubro», recuerda.



Simple, todo empieza con una gran historia.

Creemos que las grandes historias tienen el poder de unir a las personas, iniciar conversaciones y crear un cambio positivo en el mundo. Nuestra misión es crearlas, encontrarlas y transformarlas en proyectos exitosos.



XOOK
studio

Buenos Aires • México • Miami

Celia Cruz: 20 años de su Luz y Música

La ciudad de Miami será sede de los premios Hispanic Celebrities Award, dedicados a la inolvidable Celia Cruz en sus 20 años de fallecimiento.

TJBR Entertainment presenta la tercera edición de los Hispanic Celebrities Award, dedicada a la Reina de la Salsa, Celia Cruz en conmemoración de los 20 años de su partida física y la celebración de su gran legado para todas las generaciones.

El evento que inició en el año 2021 con el fin de reconocer a las grandes celebridades hispanas se llevará a cabo el jueves 14 de septiembre del año en curso, en el teatro Manuel Artime de la ciudad de Miami, iniciará a las 6:30 de la tarde con la alfombra amarilla donde desfilarán más de treinta figuras internacionales pertenecientes al ámbito Artístico y Empresarial.

Jose Rosario, director y organizador del premio informó que la conferencia de prensa se efectuará este jueves 7 de septiembre a las 6:00 p.m. en CUZ Miami Venue, localizado en el 2600 NW 87 avenida #21, Miami, Florida



**HISPANIC
CELEBRITIES AWARD**

● ● ●

**PRESS CONFERENCE
DAY: SEPTEMBER 7, 2023**



HORA: 7PM

LUGAR: CUZ VENUE MIAMI
2600 NW 87TH AVE #21 DORAL, FL 33172

CONTACTO: 786-470-0756



HISPANIC CELEBRITIES AWARD 3ra Edición

Dedicados a Celia Cruz en su 20 aniversario de su partida física pero dejando un legado para siempre.

“CELIA CRUZ, VIVE!!!”

Día:
14 de Septiembre 2023

Lugar:
Manuel Artime Theatre

Dirección:
900 SW 1 Street Miami,
Florida 33130

Hora Alfombra: 6:00 PM

Show: 8:00 PM

Presenta: JBR ENTERTAINMENT CORP



33172, donde se ofrecerán todos los detalles del evento dedicado Celia Cruz, la guarachera de Cuba.

“Estamos organizando una conferencia de prensa del premio más grande e importante que se celebrara este año en la ciudad de Miami y contaremos con la participación y apoyo de importantes líderes comunitarios, autoridades, artistas, actores y algunas sorpresas para los medios presentes”, expresó Rosario.

Los Hispanic Celebrities Award, contará con la participación de: Angel López, exintegrante del grupo Son By Four; El Micha, Sergio Hernández, El Chacal, Srta. Dayana, Richie Cepeda, Alexis Valdés, Willy Chirino, Carlucho, Bobby Pulido, Carolina Tejera, Karen Martello, Juan Carlos Luces, Carlos Mesber, Carlos Adyan, Eduardo Antonio Gelena Solano, Sandra Peebles, Lucho Borrego, Jany González.

Así como de Daisy Ballmajo, Penélope Menchaca, Sabrina La Princesa, Aivy, Zoilita Suárez, Isela Castillo, Musi, Alfonso Terán, Meliz, Jay Max, Ralphy Ray, Alinne Freitas, Mildred González, Ada Barreto, Janet & Luis Bonilla de Rum, Las Marielitas, Juan Carlos Luces, Alexander & Jhoancy Zapata, Michael Salazar, Javier Cantú, de la American Cancer Society, entre otras grandes personalidades que se anunciarán durante la rueda de prensa.



GALERÍA PLAZA
MONTERREY



HAZ DE MONTERREY TU DESTINO FAVORITO

Disfruta el hotel con la mejor
tecnología y espacios vanguardistas.

Reserva tu evento:

55.5339.1062

gruposyconvenciones@brisas.com.mx



GRUPO BRISAS



Fotografía : ERIKA PARTIDA

Francis Teran

Profesora de Educación Física especializada en Acondicionamiento Físico y manejo medios de comunicación para la promoción de la Actividad Física

Un viaje inspirador:
Éxito empresarial y
transformación personal

BLUE LANI

SWIMMING & FITNESS



Fotografía : ERIKA PARTIDA

Descubre la fascinante historia en Estados Unidos de Francis Terán, una profesora de Educación Física que ha forjado un camino de éxito ejemplar. Desde sus inicios, Francis Terán resalta en el mundo del acondicionamiento físico, creando un puente entre la vitalidad y la gestión empresarial.

En esta edición especial de Factor de Éxito MIAMI, presentamos la asombrosa historia de Francis Teran, una Profesora de Educación Física que ha forjado un camino único en el liderazgo empresarial y la transformación personal. Desde sus inicios hasta su papel como Gerente de Operaciones en Blue Lane en Baja California, México, Teran ha demostrado cómo la pasión por la actividad física y el bienestar pueden traducirse en liderazgo empoderador. Su proyecto “MEDIA PAUSA” enfoca la adaptación y cuidado en entornos cambiantes, ya través de la Fundación Sonrisas en Movimiento, muestra cómo un liderazgo empresarial puede ser más que éxito financiero, contribuyendo al bienestar social. Teran es un faro de inspiración en la era de la transformación digital.

En su recorrido, Francis Teran descubrió que el poder de la energía transforma no solo cuerpos, sino también destinos. Comenzando como Profesora de Educación Física, su convicción en que “ENERGÍA GENERA ENERGÍA” la llevó a una trayectoria en acondicionamiento físico que irradia vitalidad.

El proyecto “MEDIA PAUSA” destaca su visión. Teran comprendió que la adaptación es clave en el

liderazgo empresarial y la vida misma. Ella considera la “MEDIAPAUSA” como una oportunidad de reajuste energético, que encuentra su correlato en el mundo empresarial en cambio constante. Teran argumenta que las habilidades y experiencia en “Media Pausa” son esenciales para el crecimiento de una empresa.

A través de HOKU, Teran iluminó los caminos de talentosos atletas y artistas en transición. Su enfoque en la pasión, constancia y esfuerzo resonó con aquellos que entendieron que el éxito no tiene atajos. Reconociendo que estos talentos, una vez en la cúspide, poseen un valor más allá de la gloria pasada, Teran subraya la importancia de su experiencia en formar a la próxima generación.

Pero Francis Terán no se detiene ahí. Con su empuje y compromiso con el bienestar, aboga por la actividad física en la cultura empresarial. Ante la creciente tecnología y la disminución del movimiento, propone políticas que fomenten el bienestar, el ejercicio y la “pausa activa” en el trabajo. Su mirada se expande a la comunidad, donde el deporte no solo construye físico, sino también sociedad.

Como Presidenta de la Fundación Sonrisas en Movimiento, es la voz de los menos privilegiados. Su visión trasciende el éxito financiero, abogando por un liderazgo empresarial que abraza la responsabilidad social. Para ella, apoyar y dar oportunidades a individuos talentosos y trabajadores es la clave para una sociedad próspera.

Desde Venezuela hasta Cabo San Lucas, México, Francis Terán ha demostrado su capacidad de adaptación y su dedicación. Su habilidad para tejer una red fuerte en la comunidad empresarial y más allá es testimonio de su creencia en que “somos un todo”. Blue Lane, bajo su liderazgo como Gerente de Operaciones, aspira a ser un faro de excelencia deportiva y un modelo de negocio exitoso.

Francis Terán es más que una líder empresarial, es una inspiración. Su historia es un recordatorio de que el liderazgo no se trata solo de resultados financieros, sino de empoderar a las personas, promover el bienestar y dejar un legado en la sociedad. En una era de transformación digital, Francis Terán demuestra cómo una visión centrada en la energía, la adaptación y el compromiso puede abrir puertas inimaginables. Su historia inspira a liderar con corazón y propósito en cada paso del camino.



Fotografía : ERIKA PARTIDA



Twins Media

Yaneiza Echezarraga y Claudia Solis
Cofundadoras de Twin Minds Media

Liderazgo y Comunicación

En la vibrante ciudad de Miami, dos líderes empresariales destacan en el mundo de las comunicaciones y la transformación digital. Claudia Solis, cofundadora de Twin Minds Media, aporta dos décadas de experiencia en relaciones públicas y periodismo, mientras que Yaneiza Echezarraga, también cofundadora, ha prosperado en el periodismo televisivo y la comunicación.

Unidas por su pasión por la comunicación, fundaron Twin Minds Media para transformar la narrativa y conectar marcas con la comunidad latina. Sus raíces culturales les brindaron una perspectiva única, fortaleciendo su liderazgo y auténtico diverso en una era digital en constante cambio.

Yaneiza Echezarraga es graduada de la Universidad de Miami con una doble especialización en periodismo televisivo y estudios latinoamericanos. Con más de 20 años de experiencia en el mercado hispano de EE. UU. y Latinoamérica, Yaneiza ha trabajado en relaciones públicas, marketing digital, producción televisiva y periodismo, colaborando con marcas de renombre mundial como Neutrogena, Aveeno, Johnson's Baby, PBS Kids, WorldRemit, Canon y Kingston. Su profundo conocimiento de la comunidad latina y su habilidad para comunicarse en inglés y español la hacen una líder destacada en su campo.

Claudia Solis es especialista en comunicaciones con 20 años de experiencia en relaciones públicas, comunicaciones corporativas y periodismo. Nacida en Lima, Perú, Claudia vive en Miami desde 2001 y ha trabajado en la gestión de cuentas en diferentes industrias para el mercado hispano a nivel nacional, local y en LATAM. Con una Maestría en Comunicación Social y otra en Periodismo, Claudia ha trabajado en la Pontificia Universidad Católica del Perú, Banco Santander, Telemundo, Agencia de Noticias EFE y MSN. Su experiencia como editora en jefe para el mercado latino de la agencia internacional de noticias EFE le permitió tomar el pulso a la vibrante y creciente comunidad latina en los EE. UU.

Trayectoria Inspiradora: Sus historias personales reflejan un camino de crecimiento y evolución. Claudia, como ex editora en jefe de EFE, lideraste un equipo de corresponsales en todo el país. Yaneiza, usted comenzó como reportera y avanzó hasta ser gerente de mesa de asignaciones en el mundo de la televisión. ¿Cómo creen que estas experiencias moldearon su visión actual sobre liderazgo y trabajo en equipo?

Claudia: Como editora lideré un equipo de más de 30 periodistas distribuidos en diferentes estados de Estados Unidos y Puerto Rico. Nuestra misión era contar las historias de la creciente comunidad hispana en Estados Unidos y dar una imagen positiva de los logros y avances de los latinos. Esto fue antes del 2010 y puede decir que muchísimo antes de la pandemia conocí el trabajo remoto, ya que trabajé coordinando a un equipo a larga distancia. Esta posición me enseñó mucho sobre organización, distribución de tareas, asignación de responsabilidades y, sobre todo, a delegar y confiar en la experiencia y el trabajo de mis colegas.



Yaneiza: Siempre he valorado muchísimo el trabajo en equipo y creo que se pueden lograr grandes cosas cuando un equipo está bien compenetrado y alineado en una misma visión. A la temprana edad de 23 años ya servía como gerente de la mesa de asignaciones en un canal local de Miami gracias a la gerencia que vio en mí el potencial para desempeñar este importante rol dentro de la redacción de noticias. Mi trabajo consistía en monitorear el ciclo de noticias, asignar historias a los diferentes reporteros y camarógrafos, coordinar las logísticas de producción y buscar los materiales necesarios para producir las historias. Como mediadora entre los reporteros, el productor y las noticias para un noticiero que se transmitía en vivo todos los días, aprendí a trabajar en equipo de manera eficiente bajo presión y a navegar y conciliar diferencias de opinión. También tuve la satisfacción de poder estimular y resaltar las habilidades únicas de mis compañeros apoyándolos en proyectos especiales para el noticiero.

Fundando Twin Minds Media: La creación de Twin Minds Media marcó una nueva etapa en sus carreras. ¿Qué las inspiró a unirse y formar esta agencia? ¿Cómo han aplicado sus habilidades y experiencias únicas para dar forma a Twin Minds Media y su enfoque en la gestión de talento y transformación digital?

Después de muchos años y experiencia con empresas de medios y relaciones públicas nos encontramos en un momento en el que ambas buscábamos tener independencia personal y profesional. Coincidíamos en nuestra visión de las comunicaciones y con el crecimiento de los medios digitales y redes sociales identificamos que había una necesidad de replantear la forma en la que los medios y las marcas debían conectarse y crear una nueva narrativa.

Tras varios años trabajando en noticias, teníamos el olfato periodístico bien afinado y conocíamos qué buscaban los medios. Por otro lado, nuestra experiencia en relaciones públicas y comunicaciones también nos permitía conocer las necesidades de las marcas de llegar a las audiencias con contenido de valor.

El Valor de la Comunicación: Ambas cuentan con una sólida experiencia en comunicaciones y relaciones públicas. ¿Cómo creen que la comunicación efectiva puede impulsar la transformación digital en las empresas y ayudar a construir equipos de trabajo excepcionales en la era actual?

Creemos firmemente que todos los negocios deben ser en primer lugar un negocio de comunicación. Es decir, de nada sirve crear un producto maravilloso si no se sabe comunicar para conectar con el público. Creemos que todo negocio debe empezar por preguntarse qué es lo que viene a decir, en qué cambiará o mejorará la vida de su público o clientes. Una comunicación honesta y de valor es el camino para construir el éxito, y por supuesto, debe empezar por casa.

Esto aplica a todos los canales de comunicación que utilizan las marcas, incluyendo los digitales. El mensaje debe ser el mismo en todas las plataformas y los valores y la misión de la marca se deben transmitir de forma consistente y continua en todas las plataformas. La transformación digital se ha venido dando a

pasos agigantados y la pandemia ha sido un factor acelerador reciente. Una comunicación efectiva permite el aprovechamiento máximo de la digitalización de un negocio para optimizar la forma en la que conecta con sus clientes y sobresale sobre la competencia.

Creando Sinergias entre Talento y Tecnología: En un mundo cada vez más digitalizado, la gestión de talento y la tecnología están interconectadas. ¿Podrían compartir ejemplos concretos de cómo han logrado integrar talento y tecnología de manera exitosa en los proyectos de Twin Minds Media?

Nuestra agencia empezó con el trabajo remoto. Primero éramos las dos y luego hemos ido integrando profesionales tanto en Estados Unidos y Latinoamérica. Nuestra forma de encontrar talento ha sido en primer lugar a través de nuestro círculo más cercano de contactos en la industria de PR y comunicaciones, luego en redes sociales como LinkedIn e Instagram.

La tecnología es nuestra herramienta diaria en todos los aspectos de nuestro negocio, desde la comunicación con los clientes y el equipo, la organización del trabajo, las herramientas de gestión y administración, y mucho más. Es nuestra gran aliada, pero siempre con la premisa que no hará el trabajo sin que tú sepas qué necesitas y cómo obtenerlo de esas herramientas.

Construyendo Relaciones Significativas: Han trabajado con marcas reconocidas a nivel mundial, pero también han mantenido un enfoque en la comunidad latina. ¿Cómo han logrado equilibrar el alcance global con la autenticidad y la conexión local en su trabajo?

Nuestro trabajo está enfocado en la comunidad latina de Estados Unidos y Latinoamérica. Nuestra ventaja es que conocemos los medios y sabemos cómo piensan los periodistas, así como las características y tendencias de la comunidad hispana y latinoamericana.

Las marcas internacionales que trabajan con nosotros nos han escogido porque acercamos su mensaje a las comunidades a las que buscan llegar, pero no para simplemente “vender” las bondades de sus productos o servicios sino para ofrecerles valor y hablarles en su idioma, tanto a nivel lingüístico como cultural.

Liderando con Propósito: En el título de esta edición, se destaca “liderar con propósito”. ¿Cuál es la filosofía detrás de liderar con propósito en el contexto de la transformación digital? ¿Cómo han encontrado formas de inspirar a otros a liderar de manera similar?

Nuestro propósito es nuestra guía diaria y es ir más allá del PR básico para ayudar a nuestros clientes a encontrar ese mensaje que los hará destacar en su industria y aportar contenido de valor que marque la diferencia.

Nos implicamos en todos los aspectos de la comunicación, con estrategia, innovación y creatividad. Damos siempre esos pasos extra para que nuestros resultados no solo sean buenos, sino excelentes, y esto está plasmado en el ADN de nuestra agencia.

Desafíos y Superación: El camino hacia el éxito está marcado por desafíos. ¿Podrían compartir alguna experiencia en la que hayan enfrentado obstáculos significativos en Twin Minds Media y cómo lograron superarlos juntas?

Los desafíos más grandes han sido como en muchos negocios los comienzos. Encontramos poco apoyo para mujeres emprendedoras. Hemos tenido ideas de herramientas tecnológicas para nuestro sector, pero no encontramos apoyo económico ni guías para empresas en sus etapas tempranas.

Las hispanas somos propietarias de casi dos millones de pequeños negocios en Estados Unidos y el 44% de los pequeños negocios tienen como propietarias a una mujer. Lamentablemente todas estas mujeres tuvieron que esforzarse mucho para demostrar que sus negocios eran viables. A menudo pensamos en cuántos millones de negocios más habría si la ayuda en etapas iniciales estuviera más desarrollada.

Los retos, incluyendo el del limitado acceso a oportunidades de capacitación y desarrollo empresarial, los hemos superado entendiendo que el emprendimiento es una carrera de resistencia y paciencia. Nos guiamos por nuestra intuición para tomar decisiones que se alineen con nuestra visión y nuestros valores, avanzando así un paso a la vez.

Afortunadamente contamos con el apoyo de nuestras familias que han creído en el potencial de Twin Minds Media y en el nuestro como profesionales desde el primer día. Esto nos ha dado mucho ánimo y una base en la cual apoyarnos para seguir adelante en los momentos más complicados.

Humanizando el Liderazgo: Además de sus roles profesionales, ambas tienen raíces culturales e historias personales únicas. ¿Cómo han integrado sus identidades y valores en la cultura de Twin Minds Media y en la manera en que lideran y se relacionan con su equipo?

Venimos de Perú y Cuba, esto nos da un gran conocimiento de la cultura latinoamericana, pero nos hemos desarrollado profesionalmente en Estados Unidos. El bilingüismo y el transitar entre dos culturas nos da una visión bastante completa de nuestro mercado. Nuestro equipo proviene de distintos países y es realmente un privilegio para nosotras trabajar con mujeres que no solo aportan su gran profesionalismo sino su riqueza cultural.

El Futuro de Twin Minds Media: A medida que avanzan en esta emocionante travesía, ¿qué objetivos tienen para el futuro de Twin Minds Media en términos de impacto en la comunidad empresarial y liderazgo en un entorno en constante cambio?

Nuestro objetivo es seguir creciendo de manera orgánica con el propósito de dar lo mejor y servir a nuestros clientes en sus necesidades de comunicación y conexión con la comunidad hispana y latinoamericana. Nuestro objetivo como agencia independiente es seguir abrazando el cambio con profesionalidad y con la mira en comunicar correctamente.

Consejo Inspirador: Para aquellos que aspiran a liderar con éxito en la era de la transformación digital, ¿qué consejo fundamental les darían basado en sus experiencias y aprendizajes personales?

Estar atentos a los cambios. En una sociedad como la actual los cambios suceden a toda velocidad. Es necesario entender y adoptar la tecnología, pero con preparación constante y sentido común. Ningún algoritmo podrá sustituir el olfato y la intuición. Confiar en la experiencia y el criterio propio siempre teniendo claro el propósito de tu negocio.

La historia de Claudia Solís y Yaneiza Echezarraga resalta cómo el liderazgo en el mundo empresarial va más allá de los roles convencionales. Su enfoque auténtico y conectado con la comunidad refleja la importancia de la comunicación en la transformación digital. A través de sus experiencias, han superado desafíos y construido un espacio donde la diversidad cultural y el compromiso con un propósito son los pilares de su liderazgo. Su viaje inspira a otros a abrazar el cambio ya liderar con intuición y pasión en un mundo en constante evolución. Claudia y Yaneiza no solo han construido una agencia exitosa, sino que también han tejido una narrativa poderosa en el tejido del liderazgo empresarial contemporáneo.

Ladislao Barriga

CEO LBC Coaching, presentador de Telemundo 31 en Orlando del programa 360. Director para Ecuador de XV Group empresa de marketing con presencia en Telemundo en ciudades como New York, Miami, Orlando y Los Ángeles

Forjando líderes y transformando empresas

En el fascinante mundo del liderazgo empresarial, pocos nombres resuenan tan sólidamente como el de Ladislao Barriga. Con una experiencia vasta y profunda en el ámbito del coaching ejecutivo y el desarrollo de liderazgo, Ladislao ha dejado una marca indeleble en el panorama empresarial. En esta conversación, nos sumergimos en su trayectoria llena de éxitos, explorando sus enfoques innovadores y revelando las claves de su impacto positivo.

Desde las altas esferas de las empresas hasta los mandos medios, Ladislao ha cosechado logros significativos al inculcar un estilo de liderazgo centrado en el crecimiento de los colaboradores. “Un jefe puede imponer, ordenar, pero cuando se lidera y se gana la voluntad del colaborador, hay mayores y mejores resultados”, reflexiona con pasión. Su enfoque no solo apunta a la eficiencia, sino que también destaca la importancia de la voluntad genuina y el compromiso en la obtención de resultados excepcionales.

En su papel como autor del influyente libro “Nunca mueras en el intento”, Ladislao Barriga comparte estrategias empresariales clave para triunfar en un entorno altamente competitivo y en constante cambio. Entre estas estrategias, destaca una en particular: buscar siempre nuevos mercados, los denominados “océanos azules”. “Cuando un empresario conoce su producto o servicio”, explica, “está en capacidad de tener una innovación constante y buscar lo que hace la competencia en función del cliente para mejorar la propuesta”. Además, subraya la importancia de trabajar en la marca como propuesta de valor para destacarse en un mercado saturado. Para Ladislao, las marcas son el vínculo tangible y emocional que conecta a las empresas con las personas.

Como representante en Guayaquil de COACHING TOOLBOX, Ladislao ha sido testigo del impacto transformador de esta herramienta en las empresas. COACHING TOOLBOX no solo ayuda a crear y desarrollar ideas y modelos de negocios, sino que también se ha convertido en una herramienta esencial para detectar brechas



en el mercado antes de invertir en un negocio. “La metodología permite identificar aspectos del consumidor o del producto para que tenga una mayor aceptación”, comparte Ladislao, “lo cual significa disminuir riesgos de inversión y aumentar la probabilidad de éxito”.

La comunicación efectiva, otro pilar fundamental en el enfoque de Ladislao, se destaca como un vehículo poderoso para fomentar un sentido de pertenencia en las organizaciones. Aunque las tecnologías modernas facilitan la comunicación instantánea, Ladislao enfatiza la importancia de no perder la costumbre del contacto personal y la transmisión de mensajes que realmente resuenen en todos los colaboradores.

Ladislao también ha dejado su huella en el ámbito de los sistemas informáticos y procesos administrativos, brindando una perspectiva única sobre la gestión del talento. Para él, las empresas deben recordar que, antes de trabajar con procesos, trabajan con personas. La tecnología es una herramienta que facilita los procesos, pero la comunicación, el trabajo en equipo, la coordinación y el liderazgo son los pilares que realmente impulsan los resultados.

Su experiencia internacional como ponente en eventos y procesos de coaching le ha permitido sumergirse en diversas culturas y contextos empresariales. La inteligencia social, la sociabilidad y la autenticidad son características esenciales que Ladislao ha encontrado cruciales para construir conexiones significativas en un entorno global. Recuerda con satisfacción su participación en el Congreso Mundial de Facilitadores Experienciales, donde compartió conocimientos y recibió felicitaciones por su enfoque inspirador.

Enfrentando desafíos únicos como Coach Ejecutivo certificado, Ladislao recuerda un momento fundamental al inicio de su carrera profesional. Fue parte de un equipo de Coaches que llevó a cabo un proceso de Coaching de Equipos para los gerentes de la empresa de ropa y accesorios deportivos más grande del país. “Ayudar a descubrir oportunidades de mejora en cada sesión y que resulten inspiradoras y motivantes es la mejor gasolina para lograr

resultados exitosos”, comparte con entusiasmo.

En un mundo cada vez más digitalizado, Ladislao ha incorporado las herramientas y conocimientos de Master Scrum en su enfoque de gestión de talento y liderazgo. Para él, el líder debe poseer cualidades esenciales como la comunicación, coordinación, resolución de conflictos y, sobre todo, la capacidad de crear conciencia en los participantes sobre el compromiso y la colaboración necesarios para el éxito del proyecto.

El compromiso de Ladislao con el desarrollo económico va más allá de su trabajo con líderes y equipos. Él valora profundamente el papel de los emprendedores en el crecimiento de un país. Para Ladislao, un emprendedor debe cultivar una mentalidad empresarial y sentirse con el derecho de aspirar a más que un sueldo básico. La clave, según él, está en ofrecer un producto o servicio deseado y reconocido, respaldado por evaluaciones del entorno y la confianza en su propuesta.

Finalmente, Ladislao comparte su visión sobre la clave para mantenerse en un proceso constante de aprendizaje y mejora en el ámbito profesional y personal. “La mejor forma para mantenerse siempre en procesos de aprendizaje y mejora continua es plantearse retos”, declara. En su opinión, establecer desafíos, innovar y buscar constantemente la mejora son los pilares que mantienen a los individuos y las empresas en la vanguardia en un mundo empresarial en evolución constante.

En cada faceta de su apasionante trayectoria, Ladislao Barriga ha dejado una profunda impresión, forjando líderes y transformando empresas con su enfoque visionario, sus estrategias

innovadoras y su compromiso inquebrantable con la mejora continua. Su historia es un testimonio inspirador de cómo un individuo puede marcar una diferencia duradera en el mundo empresarial y más allá.





TRANSPORTE VIP

*DISFRUTA DE VIAJAR
CON ELEGANCIA Y
SEGURIDAD*

- TRANSPORTE PARA BODAS.
- TRANSPORTE AL AEROPUERTO.
- TRANSPORTE PRIVADO PARA CIRUGÍA PLÁSTICA Y DENTAL EN REPÚBLICA DOMINICANA.
- SEGURIDAD PRIVADA Y PROTOCOLAR (BODY GUARDS).



¡Reserva tu viaje hoy!

Más información en transsafe.net

TransSafe 
VIP TRANSPORTATION & SECURITY



Federico Fernández, presidente de la Cámara Panameña de Energía Solar; **Claudio Huepe**, ex ministro de Energía de Chile; **Isabel Figueroa de Rolo**, CEO y directora Editorial de Factor de Éxito; **Antonio Almonte**, ministro de Energía y Minas; **Isabel Cristina Rolo**, directora ejecutiva de Factor de Éxito; **Arianna Rolo**, directora de Mercadeo de Factor de Éxito; **Héctor Rolo**, director internacional de Ventas de Factor de Éxito

III Conversatorio

Integración de los recursos energéticos y mineros con enfoque en la gestión responsable

Revista Factor de Éxito, por tercer año consecutivo, realizó su evento Recursos Energéticos y Mineros, reuniendo a destacados invitados nacionales e internacionales en torno a la implementación de una perspectiva sostenible en el sector.



Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito

Expertos y líderes empresariales en energía y minería se dieron cita en el III Conversatorio Recursos Energéticos y Mineros de Revista Factor de Éxito para explorar las oportunidades de integración y gestión responsable, abordando temas de sostenibilidad, fuentes renovables de energía, colaboración internacional, empresas distribuidoras, inversiones y recursos mineros.

El evento contó con la participación de personalidades como el ministro de Energía y Minas de la República Dominicana, Antonio Almonte; Claudio Huepe Minoletti, ex ministro de Energía de Chile y Federico Fernández Dupouy, presidente de la Cámara Panameña de Energía Solar, entre otras destacadas personalidades, “una muestra de cuánto se han consolidado estos espacios de disertación y encuentro, que organizamos con la fiel convicción de aportar a la construcción de una mejor sociedad”, expresó Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito, en sus palabras de bienvenida.

La apertura del conversatorio estuvo a cargo del ministro Antonio Almonte, quien refirió: “Como gobierno, estamos implementando cambios en la inversión del sector. Nuestro objetivo es abordar los problemas de distribución en la República Dominicana y llevar a cabo investigaciones que fortalezcan nuestro país”.

“Más energía, menos emisiones, más sostenibilidad. Con esto, nos convertimos en una empresa líder en el país”, señaló Jorge Galiber, CEO de TotalEnergies, durante su participación en el primer panel. Lo acompañaron Edward Veras, director ejecutivo de la Comisión Nacional de Energía; Alfonso Rodríguez, viceministro de Ahorro y Eficiencia Energética; Manuel Cabral, vicepresidente ejecutivo de la ADIE, y Yomayra Martínó, fundadora y consultora líder de GreEnergy Dominicana, como moderadora.

El presidente de la Cámara Panameña de Energía Solar y profesor del IESA, Federico Fernández Dupouy, tuvo una dinámica participación, en donde manifestó que “en el planeta, una tercera parte de la electricidad, viene de energías renovables”.

El segundo panel: “Desafíos que enfrenta el sector de generación eléctrica en base a fuentes de energía renovable”, moderado por Paola Pimentel, gerente de Desarrollo de Negocios de AES Dominicana, reunió a Marvin Fernández, presidente de ASOFER; Rafael Orlando Gómez, viceministro de Energía; Emilio Contreras, consultor de Proyectos Financiados por Organismos Multilaterales; y Andrés Astacio, superintendente de Energía, quien afirmó que “la sociedad humana siempre tendrá necesidades infinitas. En consecuencia, el límite de la energía renovable será la tecnología”.

“No hay transmisión sin transición”, enfatizó Rafael Velazco, presidente de RAVEZA, durante su participación en tarima.



Antonio Almonte, ministro de Energía y Minas



Arianna Rolo, directora de Mercadeo de Factor de Éxito; **Isabel Figueroa de Rolo**, CEO y directora Editorial de Factor de Éxito; **Claudio Huepe**, ex ministro de Energía de Chile; **Isabel Cristina Rolo**, directora ejecutiva de Factor de Éxito; **Héctor Rolo**, director internacional de Ventas de Factor de Éxito



Federico Fernández, presidente de la Cámara Panameña de Energía Solar



Omar Zacarías, investment Management Officer at IDB Invest



Douglas Hasbun, miembro del Comité de Energía AMCHAMDR

La gestión sostenible de la minería en República Dominicana, fue el tema del panel tres, el cual estuvo moderado por Miguel Díaz, viceministro de Minas, y reunió a Elizabeth Mena, vicepresidenta de Cormidom; Rolando Muñoz, director general de Minería; Julissa Báez, directora ejecutiva de ADOCEM, y Edwin de Jesús Deveaux Figari, vicepresidente de Falconbridge Dominicana, quien señaló que para la empresa que representa “lo más importante es el legado”.

Edison Santos, fundador & CEO de Emprendimiento Sostenible, fue el encargado de moderar el panel cuatro, cuyo tema fue: “Desafíos y oportunidades para la sostenibilidad y eficiencia energética en el sector eléctrico” y contó con la intervención de Rafael Velazco, presidente de Raveza; Douglas Hasbun, miembro del comité de Energía de AMCHAMDR; Leonel Castellanos, pasado presidente de la Asociación de Empresas e Industrias de Herrera, y Omar Zacarías, oficial de gestión de inversiones de IDB Invest, quien resaltó: “Desde el Grupo BID buscamos apoyar proyectos en este proceso de inversiones sostenibles enfocados en la transformación energética”.

En Conversación con Thony Da Silva, socio director de Pizzolante, Claudio Huepe Minoletti, ex ministro de Energía de Chile y académico encargado de energía en “Políticas Públicas de la Universidad Diego Portales”, apuntó que “la transición energética conlleva costos significativos, por lo tanto, es necesario realizar el esfuerzo para minimizarlos al máximo”.

En un nuevo espacio, denominado Innovation Talk, que tiene el objetivo de exponer iniciativas transformadoras,

la periodista Elena Crespo presentó el proyecto empresarial del ingeniero Fidiás de La Fuente sobre la producción de autos eléctricos en República Dominicana, que busca desarrollar la industria automotriz local a la vez que impacta positivamente en el crecimiento del país y la región.

Definitivamente, fue un encuentro que derivó en interesantes conclusiones y sinergias muy positivas para el país. Isabel Figueroa de Rolo, CEO de Factor de Éxito, cerró la jornada afirmando que “pequeñas acciones pueden tener un gran impacto” y que el medio de comunicación está cada día más comprometido con la promoción de espacios que fomenten el diálogo y la disertación constructiva en la República Dominicana.



Isabel Mariella Figueroa de Rolo
CEO y directora Editorial Factor de Éxito

FACTOR DE ÉXITO



EL IMPACTO DE ESG: INTEGRANDO LA SOSTENIBILIDAD EN LAS EMPRESAS

Leslie Davidovich

Chief Commercial Officer de Awards of Happiness

contra la corrupción, así como un enfoque en la ética y la integridad en todas las decisiones empresariales.

Atención porque ya existen empresas que no aceptan proveedores con emisiones de CO2 por encima de lo aprobado por Naciones Unidas.

¿Cuáles son los beneficios de la Integración de ESG en las Empresas?

La integración efectiva de ESG en la estrategia empresarial puede generar una serie de beneficios:

1. Generación de valor a largo plazo: Las empresas que se centran en ESG son más propensas a generar valor a largo plazo para sus accionistas, ya que están mejor posicionadas para enfrentar los desafíos futuros y capturar nuevas oportunidades relacionadas con la sostenibilidad.

2. Fortalecimiento de la reputación y la marca: Las empresas que se comprometen con prácticas sostenibles construyen una sólida reputación y una marca confiable. Esto no solo atrae a clientes y consumidores conscientes, sino que también les permite atraer y retener talento de calidad.

3. Gestión de riesgos: La integración de ESG en las operaciones empresariales ayuda a identificar y gestionar los riesgos relacionados con el medio ambiente, la sociedad y la gobernanza. Esto incluye riesgos como las regulaciones ambientales más estrictas, la pérdida de licencias o permisos, las demandas legales y la volatilidad del mercado.

4. Acceso a financiamiento sostenible: Cada vez más inversionistas y entidades financieras están considerando factores ESG al tomar decisiones de inversión. Las empresas que demuestran un sólido desempeño en ESG pueden acceder a fuentes de financiamiento sostenible y obtener condiciones más favorables.

5. Contribución a la sostenibilidad global: La adopción de prácticas empresariales sostenibles contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y ayuda a abordar los desafíos globales como el cambio climático, la desigualdad y la pobreza.

Conclusiones:

El enfoque en ESG se ha convertido en un factor crucial para el éxito empresarial a largo plazo. Las empresas que adoptan prácticas sostenibles no solo generan beneficios económicos, sino que también contribuyen positivamente al medio ambiente, la sociedad y la gobernanza. Al integrar ESG en su estrategia corporativa, las empresas pueden aprovechar una serie de beneficios, fortalecer su reputación y construir un futuro más sostenible para todos.

Por último, desde Awards of Happiness queremos que sean los colaboradores de las organizaciones los que premien y al mismo tiempo, exijan a sus empresas hacia dónde quieren ir ya que el propósito de aquellas será el mismo que el de las personas que las forman.

Desde Awards of Happiness queremos que los colaboradores le digan a la empresa si están de acuerdo con las iniciativas de ESG que se están llevando a cabo.

En los últimos años, el concepto de ESG (Environmental, Social, and Governance, por sus siglas en inglés) ha ganado prominencia en el mundo empresarial. Las empresas ya no solo se enfocan en generar beneficios económicos, sino que también se han vuelto conscientes de su impacto en el medio ambiente, en la sociedad y en la gobernanza interna.

Cada vez existen más modelos de consultoras o empresas certificadoras que con sus propias metodologías guían a las empresas a cumplir estándares de ESG.

ESG es un enfoque holístico que evalúa el desempeño de las empresas en tres áreas clave: ambiental, social y de gobernanza. Como párrafos introductorios podemos resaltar las siguientes definiciones para los tres pilares.

1. Medio Ambiente (Environmental):

El pilar ambiental se centra en cómo las empresas gestionan sus impactos en el medio ambiente. Esto incluye la reducción de la huella de carbono, la conservación de los recursos naturales, la gestión responsable de los residuos y el fomento de prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro.

2. Social:

El pilar social examina el impacto de una empresa en la sociedad en la que opera. Las empresas socialmente responsables promueven la diversidad y la inclusión, protegen los derechos humanos, apoyan la comunidad local, garantizan condiciones laborales justas y seguras, y se comprometen con la ética empresarial en todas sus operaciones.

3. Gobernanza (Governance):

El pilar de gobernanza se refiere a cómo una empresa es administrada y supervisada. Se trata de tener estructuras de gobierno corporativo sólidas, una gestión transparente y responsable, políticas



Rodrigo Planas

Director, consultor y auditor independiente | Empresario

La Inteligencia Artificial (IA) es una herramienta poderosa para detectar y prevenir el fraude empresarial, que puede causar pérdidas millonarias y dañar la reputación de las organizaciones. La IA puede analizar grandes cantidades de datos, identificar patrones anómalos, alertar sobre posibles riesgos y sugerir acciones correctivas. Además, la IA puede aprender de forma continua y adaptarse a los cambios en el entorno y en las estrategias de los defraudadores.

Algunas de las aplicaciones de la IA para combatir el fraude empresarial son:

- Reconocimiento facial y biométrico: Estas tecnologías permiten verificar la identidad de las personas que realizan transacciones financieras, acceden a sistemas informáticos o ingresan a instalaciones sensibles. De esta forma, se puede evitar el robo de identidad, el acceso no autorizado y el uso fraudulento de tarjetas de crédito o cuentas bancarias.

- Análisis de redes sociales: La IA puede monitorear las actividades y las interacciones de los empleados, los clientes y los proveedores en las redes sociales, buscando señales de comportamiento sospechoso,

como comentarios negativos, quejas, amenazas o chantajes. Así, se puede detectar a tiempo posibles casos de fraude interno, extorsión, sabotaje o fuga de información.

- Detección de anomalías: La IA puede aplicar algoritmos de aprendizaje automático y minería de datos para analizar los registros contables, las facturas, los contratos, los inventarios y otros documentos relacionados con la actividad empresarial, buscando inconsistencias, discrepancias o irregularidades que puedan indicar un fraude. Por ejemplo, la IA puede detectar facturas falsas, duplicadas o infladas, pagos indebidos, desvío de fondos o manipulación de estados financieros.

- Prevención de ciberataques: La IA puede proteger los sistemas informáticos de las empresas frente a los ataques de hackers, virus, malware o ransomware que buscan robar datos, dinero o información confidencial. La IA puede identificar y bloquear las amenazas en tiempo real, así como recuperar y restaurar los datos afectados.

La Inteligencia Artificial es una aliada estratégica para combatir el fraude empresarial, ya que ofrece ventajas como rapidez, precisión, eficiencia y escalabilidad. Sin embargo, también implica desafíos como la seguridad, la privacidad, la ética y la regulación. Por ello, es importante que las empresas implementen la IA con responsabilidad, transparencia y respeto por los derechos humanos.



UN NEGOCIO RENTABLE: EL SUEÑO DE TODO EMPRENDEDOR

Ismael Cala

Periodista, escritor, motivador y conferencista inspiracional y empresarial

🌐 www.IsmaelCala.com 🐦 @cala 📷 ismaelcala 📺 Ismael Cala

Todos los que nos hemos aventurado a convertirnos en emprendedores, lo hemos hecho deseando crear negocios exitosos que generen ganancias sostenibles a largo plazo. ¿Pero cómo podemos lograr esa rentabilidad deseada? Tengamos en cuenta que manejar estos detalles desde un principio nos darán mayores posibilidades de sobrevivencia para viabilidad futura de nuestra idea.

Por ejemplo, una de las claves esenciales para ser rentables como emprendedores radica en tener una propuesta de valor clara y diferenciada. Es crucial identificar qué nos hace especiales, qué problemas resolvemos y cómo podemos brindar una experiencia excepcional a nuestros clientes. Al enfocarnos en nuestra propuesta de valor, podemos destacarnos en un mercado competitivo y atraer a clientes dispuestos a pagar por lo que ofrecemos.

De igual manera, la rentabilidad también está estrechamente ligada a una gestión financiera eficiente. Según un informe de la firma de consultoría PwC, aproximadamente el 50 % de los emprendimientos fracasan debido a problemas financieros.

Por esta razón, es fundamental tener un control preciso de nuestros ingresos

y gastos. Debemos establecer presupuestos realistas, llevar un seguimiento riguroso de los costos y buscar constantemente formas de optimizar nuestros recursos. Una gestión financiera adecuada nos permitirá tomar decisiones informadas, maximizar nuestros márgenes de beneficio y garantizar la rentabilidad de nuestro negocio a largo plazo.

El mundo de los negocios es un terreno en constante cambio y evolución. Según un estudio realizado por la Universidad de Stanford, la adaptabilidad es uno de los factores clave para el éxito de los emprendedores.

Es crucial estar dispuestos a adaptarnos a las nuevas tendencias, ser flexibles en nuestras estrategias y estar abiertos a aprender y crecer constantemente. La capacidad de aprendizaje nos permite mantenernos actualizados, descubrir nuevas oportunidades y responder ágilmente a los desafíos que surjan en nuestro camino hacia la rentabilidad.

En el evento “El Negocio de ser tú” (<https://cf.cala.academy/el-negocio-de-ser-tu>), a realizarse de manera presencial y online entre el 31 de julio y el 1 de agosto en la ciudad de Miami, estaremos discutiendo ésta y otras temáticas que preocupan a los empresarios que inician su ruta profesional en esta nueva ruta, porque como emprendedores, estamos en un viaje emocionante y desafiante.

Siguiendo estas claves, y manteniendo un enfoque constante en el éxito rentable, podemos crear negocios sólidos y duraderos que nos brinden la realización personal y financiera que buscamos.



Adriana Gallardo

Empresaria y conferencista

📷 @adrianagallardo1

La transformación digital, medioambiental y energética está cambiando nuestra forma de vivir y, por ende, las necesidades que las empresas tienen de sus colaboradores. Por este motivo, de acuerdo con PwC, los directivos están preocupados por cómo desarrollar las capacidades necesarias para tener talentosos equipos de trabajo.

En su Encuesta Mundial de CEO, PwC señala que más de la mitad de los 4,410 presidentes y consejeros delegados consideran que la falta de capacidades y de empleados afectará la rentabilidad de su sector.

Por otro lado, un informe del Foro Económico Mundial menciona que el 65 % de los estudiantes de primaria, cuando sean adultos, tendrán profesiones que aún no existen. También señala que las organizaciones de todos los sectores consideran que las principales barreras para su transformación son la falta de competencias y la dificultad para atraer talento.

Tan solo el 48 % de los directores de marketing de los mayores retails fueron reemplazados en los últimos 12 meses; mientras que el 30 % de los CEO piensan despedir a sus CMO el próximo año, por no tener la capacidad de liderar una transformación digital.

De acuerdo al enfoque propuesto por PwC, que propone cambiar la manera en que se piensa el empleo y dar prioridad a las capacidades, podrían beneficiarse 100 millones de personas en todo el mundo.

Cuando implementamos este modelo de contratación disruptivo, empezamos a dar más prioridad a las habilidades y capacidades reales de una persona, y no solo a la universidad de la cual se graduó; además de concentrarnos en las capacidades continuas y en la búsqueda del colaborador por desarrollarse continuamente.

Para implementar este modelo, se pueden seguir tres puntos:

- Promover la formación continua y actualización de habilidades.

- Reevaluar los criterios de contratación, dando prioridad a las habilidades y capacidades reales.

- Fomentar una cultura de innovación y adaptabilidad en la organización.

Para tener éxito en un entorno cambiante debemos priorizar el desarrollo del capital humano, promover la formación continua, reevaluar los criterios de contratación y fomentar una cultura de innovación. Esto nos va a permitir potenciar el talento y garantizar el éxito empresarial a largo plazo.

¿Quieres liderar la transformación y prosperar en un mundo en constante evolución? ¡El capital humano es la clave! Aprende a construir equipos de alto rendimiento en mi programa EBS.

Adriana Gallardo es conferencista internacional, autora y líder del emporio Adriana's Insurance. Business y Life Coach, autora y productora. Creadora de "Chingona Circle", un grupo que empodera a la mujer y de la serie de conferencias "Empodérate", que ayudan a emprendedores y dueños de negocio a alcanzar sus metas. Vive en California.



“LAS COSAS NO CAMBIAN; CAMBIAMOS NOSOTROS”

Fernando Véliz Montero

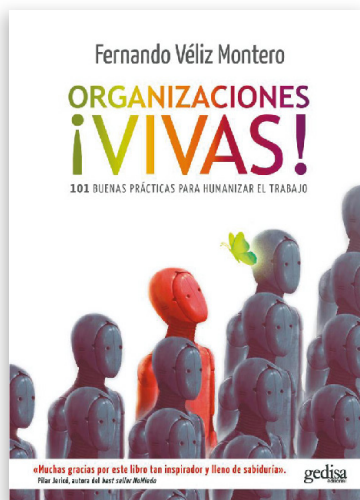
Doctor y Magister en Comunicación, Coach Ontológico



Cuando escribí “Organizaciones ¡Vivas!” (Gedisa) pude entender que parte del proceso de convivencia de una organización resulta fundamental cuando el reto es dar el giro y transformar, en algo, el cómo nos vivimos a diario la experiencia laboral. Bajo este escenario el sentido de las cosas resulta crucial, es decir, el por qué y el para qué de lo que hacemos. “El cambio por sí solo no cambia nada” (Heráclito).

Muchas organizaciones declaran articular procesos transformacionales; diversas compañías enfatizan que, porque tienen modernos software; vanguardistas discursos y eficaces instrumentos tecnológicos, son instituciones flexibles y adaptativas, culturalmente hablando. ¡Craso error!

Hablar de transformación cultural, es hablar de agilidad y capacidad para aprender, desaprender y reaprender (Alvin Toffler). Y esta capacidad de cambiar, de mutar y dinamizar el saber presente, nace cuando ya no se habla de “equipos de trabajo”, sino de “comunidades de aprendizaje”. Y esto surge porque la flexibilidad cultural es el resultado de una organización sana desde el campo del relacionamiento; con líderes conscientes, justos y comprometidos con el saber; con una ética organizacional forjada desde la motivación del colectivo; con una dinámica redárfica (inteligencia colectiva) en expansión y fortalecimiento continuo; con la certeza de que informar es dar y comunicar es entenderse; con un diálogo colaborativo, forjado en la confianza, la coordinación de acciones y al servicio de un propósito común... ¡en fin!, porque nos damos cuenta de que la transformación cultural,



en el ámbito que se requiera, tiene que surgir de un elemento común: que el propósito del cambio, verdaderamente -NOS- importe.

Por otra parte, es relevante enfatizar que los talentos en su globalidad no buscan solo sueldos atractivos, sino también espacios donde poder sumar dinamismo, excelencia, innovación y transformación al fenómeno de la gestión, desde empresas comprometidas y eficaces. Es decir, los talentos ven en todo proceso transformacional una gran posibilidad y, a la vez, también comprenden que la cultura de una organización, muchas veces forjada desde relatos inconsistentes entre el decir y el hacer, producen con el tiempo, espacios laborales refractarios y laxos frente a los entornos BANI (entornos frágiles, quebradizos, ansiosos, no lineales e incomprensibles).

Por lo mismo, no es de extrañar los altos índices de fracaso en lo que respecta a los procesos transformacionales de corte tecnológico, como tampoco resulta extraño el comprender que un alto porcentaje de las empresas no cambian, porque sus propios líderes son incapaces de cambiar. “Debes ser el cambio que deseas ver en el mundo” (Gandhi).

Pero creo que el tema de fondo es otro, el gran tema es entender que para hablar de transformación cultural hay que hablar de identidad organizacional (quién soy yo como organización, mis valores y creencias) y, desde ahí, escalar a la cultura organizacional (ecosistema axiológico y gnoseológico que se funda en la acción) para, finalmente, articular una reputación organizacional (identidad fundada del ser al hacer) verosímil en el tiempo.

Por último, en “Organizaciones ¡Vivas!” (Gedisa), mi último libro, enfatizo que, para transformar a otros, antes debo transformarme yo, como ser humano y colectivo laboral, también. De igual forma, urge habitar el cambio en forma consciente desde todas las aristas posibles (cognitiva, emocional, ética, laboral, corporal, entre otras). Y como expuso un día Viktor Frankl en su aclamado libro, “El Hombre en Búsqueda de Sentido”: “Cuando no somos capaces ya de cambiar una situación, nos enfrentamos al reto de cambiar nosotros mismos”.



CINCO PUNTOS A CONSIDERAR A LA HORA DE GESTIONAR EL TALENTO EN PLENA TRANSFORMACIÓN

Álvaro "Cuco" de Venegas

International Senior Advisor for Growing Trends & Innovation

<https://linkedin.com/in/cucodevenegas>

El impacto desde la fase de atracción en la gestión del talento de los colaboradores internos o externalizados, remunerados o voluntarios, temporales o con productivos y reconocidos años de vinculación, dependerá de cada uno y de cada relación con los valores corporativos y procesos propios de adaptación y fomento de "nuevos" puntos de vista, a diferencia de otros, que verán en la rutina la mejor manera de "no cambiar nada".

Tomar decisiones respecto del plan de desarrollo del talento, pueden potenciarse con técnicas, metodologías e incluso tecnologías provenientes de los procesos de transformación, ya sean corporativa, cultural, tecnológica o digital.

Es importante que los altos mandos de las empresas puedan asumir responsablemente -y con sentido- la gestión de la transformación en sus corporaciones, ya que peor que no alcanzar los cambios a tiempo, es tener que someterse a la "resistencia" a ese cambio. Si los colaboradores no son involucrados desde el inicio, o se asignan roles en base a la historia y no considerando las futuras dedicaciones o estructuras, el resultado más que probable estará marcado por el fracaso.

Con independencia de la metodología empleada, existe un consenso desde el momento en que se decide que se van a generar cambios, para procurar alcanzarlo. Consideremos estos cinco principios:

1. El primer tipo de Transformación que hay que afrontar, es la Cultural. Debemos contar con la mentalidad de los colaboradores y así lograr que efectivamente adopten las nuevas formas de hacer del negocio o incluso las tecnologías. Difícilmente se podrá poner en marcha un Fórmula 1 con combustible para un motor de dos tiempos, unas ruedas desalineadas y dispares, así como sin pilotos preparados ni mecánicos que asistan. La idea es

informar el propósito y preparar a los equipos previamente, para así después, sacar partido a las nuevas herramientas tecnológicas o metodológicas que se decida.

2. Si hay algo que existe en la naturaleza de todo el talento al interior de la organización, por muchos planes de fidelización que se hayan implementado, es su Resistencia al Cambio. Desde uno a todos, dependiendo de cómo se plantee el proceso, siempre habrá alguien que no sólo no comprenda el proceso, sino que cuestione el para qué, el cómo y hasta la propia supervivencia en la nueva realidad. La mejor manera de evitar los "siempre se ha hecho así", es acercar y potenciar a los agentes de cambio naturales, aquellos dispuestos a afrontar nuevos retos como si de exploradores se tratara, embajadores de la nueva realidad.

3. El entorno innovador puede ayudar, pero no garantiza la Transformación en sí, la que sólo tendrá efecto si es que se potencian las iniciativas para comprender y adaptar la "nueva realidad" a la "antigua forma de hacer" del talento. Para ello se deberán fomentar las ideas desde el interior de la organización, estén alineadas con el plan estratégico, o completamente pensados fuera de la caja: el objetivo es involucrar a las bases, y si es innovando, dos veces mejor.

4. Acotar los ejemplos, realizar Pruebas de Concepto (PoC), experimentos piloto, Mínimo Producto Viable (MVP) y prototipos, sometiéndolos a test de esfuerzo y de saturación relacionados con la "nueva realidad", dará la posibilidad de que nuestros talentos se sientan parte del proceso de cambio. No todo vendrá impuesto.

5. La incertidumbre es lo único de lo que se tiene certeza en un proceso de cambio. Dice el dicho, que "toda escoba nueva barre mejor", entonces, no deberíamos extrañarnos que pese a toda esa resistencia de la que hablábamos, desapareciera, y se alabaran los nuevos procesos. De lo que tenemos que ser conscientes es de que tenemos que tener también, mucha capacidad de autocrítica, reconocer el tiempo que estuvimos "sin hacerlo bien" o de forma óptima, y para ello hace falta abrir los canales de comunicación desde las bases de la organización

Y pensar que nuestro talento, sólo está empezando en este proceso...

sesderma 
listening to your skin

C-VIT5

Multiplica tu luz

x5
vitaminas C

Descubre la increíble luminosidad que solo el primer Sérum con 5 tipos de vitaminas C liposomadas puede aportar a tu piel.
¿Lista para mostrar toda tu luz?

Mayor hidratación
y efecto antiedad
Ácido hialurónico
y proteoglicanos

Estimula la síntesis
de colágeno
Centella asiática

Complejo tensor
inmediato



WWW.SESDERMA.COM.DO





SANCTUARY

CAP CANA

A LUXURY COLLECTION
ADULT ALL-INCLUSIVE RESORT

Sanctuary Cap Cana, a Luxury Collection Adult All-Inclusive Resort, ubicado en la exclusiva comunidad de Cap Cana, un hermoso destino de playas de arena blanca y mar de aguas cristalinas, es un exclusivo resort todo incluido para adultos, ofrece una gran variedad de extraordinarias suites que combinan un hermoso diseño arquitectónico y ofrecen lujosas amenidades, alójese en este sofisticado resort para una estadía inolvidable.

- 19 categorías de suites, incluyendo hermosas villas frente al mar.
- Cinco restaurantes de categoría, más siete bares y lounges.
- Servicio de alimentos a las suites las 24 horas.
- Seis piscinas, una con bar swim-up.
- Sanctuary Spa: un Santuario para los sentidos.
- A solo siete minutos del reconocido campo de Golf Punta Espada.
- Sanctuary Town, una colección de bistrós y bares, para tu alma sibarita.





VIVA UNA EXPERIENCIA EXTRAORDINARIA

Para reservaciones:

Sanctuarycapcana.com | +1 809-562-9191

ó reserve a través de su agencia de viajes favorita

  @SanctuaryCapCana

THE
LUXURY
COLLECTION®

MARRIOTT
BONVOY