

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

méxico

Desarrollo del liderazgo en **Latinoamérica**

**El líder empresarial
debe comenzar por conocerse a sí mismo**
Ismael Cala

**Ser líder es asumir
la responsabilidad total por nuestro éxito**
Dr. Camilo Cruz

Una inspiradora historia de éxito
Ivan y Monika Tapia

**Sin un equipo fuerte de personas a tu alrededor,
las posibilidades de fallar son muy altas**
Paolo Pescali

La fórmula del éxito
Sandra Guazzotti

**Incubadora de negocios asistida
por inteligencia artificial**
Open Business



¿Qué es Solve for Tomorrow?

Es una oportunidad única que nutre el pensamiento creativo e impulsa a los jóvenes a generar soluciones transversales para problemáticas sociales a través de un enfoque STEM.

STEM
(Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática)



www.solvefortomorrow.com

BARCELÓ

RON DOMINICANO



PRIMER RON ORGÁNICO DE REPÚBLICA DOMINICANA

Barceló Organic es envejecido en selectos cortes de madera de roble sin uso previo. Su blend de distintos envejecidos nos regala un color ambarino intenso, seguido de sutiles recuerdos de cacao, hojas de tabaco, frutas carnosas y pimienta rosada.



| Exclusivo
Cañaveral Orgánico
de 1.5 Kms²

| Estuche elaborado
de bagazo de caña
de azúcar

| Etiqueta de
papel reciclado

| Todo impreso con
tinta orgánica

[editorial]

DESARROLLO DEL LIDERAZGO EN LATINOAMÉRICA

Estimados lectores

Nuestra revista Factor de Éxito, enfocada en el liderazgo empresarial y de negocios, es una publicación que diversifica las opciones editoriales digitales que comparte con su audiencia contenidos de valor permitiendo al lector de forma impactante y efectiva conectarse con contenidos actualizados.

Es así como elegimos como tema central de esta primera edición un enfoque del liderazgo empresarial, una habilidad que todas las personas pueden desarrollar y, por la cual, el líder es capaz de influir en el equipo para lograr sus objetivos.

En nuestras entrevistas les traemos experiencias de líderes que inspiran a su equipo de trabajo, los retan a lograr objetivos y siempre avanzar, que reconocen sus habilidades y los impulsan, donde su principal misión es que los demás busquen alcanzarlo y si es posible superarlo; líderes que no tienen miedo a su competencia, al contrario, tratan de mejorar constantemente.

Podemos encontrar que en el pasado quedaron los líderes autoritarios, porque las tendencias se inclinan hacia directivos carismáticos, positivos y cooperativos, para los que lo primordial es su equipo de trabajo que debido a sus buenos resultados, preparación, aprendizaje y estudio en las mejores escuelas del mundo son bien percibidos por los miembros de sus directivas y equipos de trabajo.

Por otro lado esta oportunidad de estar en simultáneo para Chile, Ecuador, Colombia, México, Panamá y en USA para Miami y Atlanta además de la República Dominicana, significa una presencia en bloque que permitirá mostrar un liderazgo más allá de las regiones nativas

de estas empresas o negocios. No obstante, en momentos de la pandemia y los impactos de ésta en la actividad de muchas empresas y negocios, se ha impulsado la innovación y reinención del liderazgo, retándolos a implementar nuevas estrategias para ampliar su presencia en el mercado al cual se dirigen y poder lanzarse con mayor fuerza a otros que tal vez no estaban en el radar antes de la pandemia. El Liderazgo de las compañías de la región ha enfrentado los desafíos de la economía actual de manera positiva y creativa.

En nuestro caso como medio de comunicación, nos hizo cambiar, mejorar, reinventarnos y ser innovadores, no solo para atravesar crisis sino para aprender y salir aún más fortalecidos, como empresa, como medio de comunicación y como familia!

Vivimos en una actualidad donde somos ciudadanos del mundo y con una llamada, llegamos a cualquier lugar que decidamos y esta realidad nos hizo reflexionar y consolidar la motivación de expandir las fronteras de Factor de Éxito, muy agradecidos desde República Dominicana, donde hemos logrado ganar un espacio sólido en el ámbito empresarial y de relevancia en esta sociedad, así que la proyección de duplicar este modelo en otras localidades era una idea muy recurrente con el propósito de compartir ideas y valores agregados que generan valor a nuestras audiencias por medio

de nuestra revista y plataformas de comunicación, circunstancias que nos permite ver oportunidades en nuevos mercados, reinventándonos, remontando las condiciones y lograr los objetivos.

En este contexto somos una alternativa de publicidad multipaís, ofrecemos a nuestros anunciantes una propuesta de visibilidad adaptada a su mercado a través de la exposición de marca a su medida, en distintas localidades, en momentos donde la visibilidad en medios digitales es una tendencia en ascenso.

Finalmente en momentos donde la emoción nos embarga al materializar los esfuerzos del trabajo en equipo, la dedicación y el compromiso de todos, queremos expresar que la materialización de la Expansión internacional de nuestra Revista Factor de Éxito representa una plataforma de innovación tecnológica y de comunicación disruptiva al servicio de toda esta gran audiencia.

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial Factor de Éxito



FACTOR DE ÉXITO

Revista para el Liderazgo Empresarial y de Negocios

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

ENCUENTRA
todas nuestras
ediciones en
un solo lugar

DISFRUTA
de contenido
impactante,
efectivo
exclusivo
sin costo
y sin barreras

¡PARA QUIENES
HAN ENTENDIDO
LA IMPORTANCIA
DE MIGRAR
A LO DIGITAL!

WWW.REVISTAFACORDEEXITO.COM

ACCEDA A WEBSITES,
PODCAST, RRS,
WHATSAPP MEDIANTE LOS
“CALL TO ACTION”
EN NUESTRAS PÁGINAS

PUBLICACIONES DIGITALES
ALOJADAS EN LA RED SOCIAL
EMPRESARIAL FEGO.DIGITAL

FEGO 

contenido



EL LÍDER EMPRESARIAL DEBE COMENZAR POR CONOCERSE A SÍ MISMO

pág. **12** | **Ismael Cala**
Periodista, escritor, motivador y conferencista inspiracional y empresarial



IVAN Y MONIKA TAPIA UNA INSPIRADORA HISTORIA DE ÉXITO

pág. **28**



SIN UN EQUIPO FUERTE DE PERSONAS A TU ALREDEDOR, LAS POSIBILIDADES DE FALLAR SON MUY ALTAS

pág. **34** | **Paolo Pescali**
Director Regional para Latinoamérica en la División de Productos de Electrificación de ABB



La fórmula del éxito

pág. **38** | **Sandra Guazzotti**
Vicepresidenta de Multi Country Región de Latinoamérica



Ser líder es asumir la responsabilidad total por nuestro éxito

pág. **42** | **Dr. Camilo Cruz**



OpenBusiness

Incubadora de negocios asistida Por inteligencia artificial

pág. **48**

directorio



Jacqueline León
Directora Ejecutiva México

Revista Factor de Éxito México
Número 1, Año 1

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

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Directora Ejecutiva México:
Jacqueline León

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo y Ventas:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones Internacionales:
Jacqueline León

Dirección de Tráfico:
Mailan Sequera

Redacción:
Gabriela Matute
Dora Rojas
Arellys Rodríguez
Siddhartha Mata

Contenidos web:
Roberto Rolo Luis

Diseño y Diagramación:
Luis Gota
Bernardo Seijas

Webmaster:
Juan Rebolledo

Portada:
Ismael Cala

Articlistas:
Arianna Martínez
Vladimir Estrada
Rosangela Rodríguez
Andrés Silva Arancibia
Gabriela Ibañez

Revista Factor de Éxito México
info@mexico.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

Contacto Venezuela
+58-243-551.4801 / 424-385.1207

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 Colombia
info@colombia.revistafactordeexito.com

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

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

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



Soluciones Tecnológicas en la Nube

para Tesorería y Mercado de Capitales



Adopción de una solución internacional sin hardware que comprar, software que instalar, ni aplicaciones que mantener.



Con la flexibilidad necesaria para adaptarse tanto a los requerimientos normativos de la República Dominicana como internacionales.



Acceso a un robusto ecosistema electrónico Dominicano e Internacional, desde la negociación en la BVRD (SIOPEL), liquidación (CEVALDOM), y valoración de carteras (RDVAL), hasta los Brokers y medios de pago internacionales.



informacion@tcmpartners.com



@TCMpartners



@TCMpartners



CULTURA

■ ¡Banxico tendrá museo!

El Banco de México (Banxico) contará con un museo a cargo de la dirección de Educación Financiera y Fomento Cultural.

De acuerdo con los cambios y la reestructura de unidades administrativas, al área de educación financiera le corresponderá administrar y operar el Museo Banco de México.

Para ello, se adhiere a la dirección de Educación Financiera y Fomento Cultural, el Museo de Banco de México con dos subgerencias, una de gestión operativa del museo y otra encargada del acervo cultural y numismático.

Creada en 2018, esta dirección tiene como responsabilidad conservar e incrementar el acervo cultural de Banxico. Además, administrar y difundir la colección numismática, administrar los servicios de la biblioteca y comercializar publicaciones, reportes y demás instrumentos de divulgación.



PRODUCTIVIDAD

■ Bimbo impulsa agricultura regenerativa de maíz y trigo

En colaboración con el Centro Internacional de Mejoramiento de Maíz y Trigo y enmarcado en dos convenios firmados en 2017, el Grupo Bimbo impulsa la agricultura regenerativa

en más de 14 mil 800 hectáreas con proyectos sustentables de maíz y trigo en 41 municipios de Hidalgo, Jalisco, Sinaloa y Sonora.

Los proyectos tienen la finalidad de generar sinergias que contribuyan a que más de 940 productores de maíz y trigo logren una mayor competitividad y rentabilidad, a través de mejores prácticas agrícolas.

Desde 1945, el Grupo Bimbo ha emprendido iniciativas para apoyar al campo; en 2017 presentó su Política Global de Agricultura Sustentable, con tres ejes principales: viabilidad económica, cuidado medioambiental y respeto a los trabajadores y las comunidades.



INVERSIONES

■ Buenas oportunidades de inversión en México.

El director general de Banco Barclays en el país, Raúl Martínez Ostos, dijo que existen muchos retos, pero en el mercado local se cuenta con condiciones atractivas para los inversionistas.

A pesar de lo pequeño del mercado bursátil mexicano, todavía existen oportunidades de negocio este año, a pesar de que muchas empresas verán mejores oportunidades en el exterior.

Como ejemplo, puso la venta de bonos de la filial holandesa de América Móvil, KPN, operación con la cual se

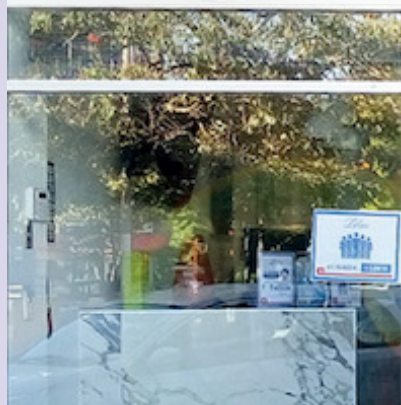
aprovecharon las tasas de interés históricamente bajas.

“Es una inversión en un bono convertible que se ofrece a los inversionistas y que sigue teniendo a América Móvil beneficios sobre una posible apreciación de la acción pero se fondea a tasas negativas”.



Lebasi

Centro de Bienestar y Negocios



NUEVOS

■ Centros de Bienestar y Negocios en centros comerciales de México.

Con 22 años de experiencia y presencia en México, Canadá, EUA, Perú y Argentina, la empresa de origen suizo Lebasi aterriza en centros comerciales

de la República Mexicana con un nuevo concepto que tiene como objetivo mejorar la atención y asesoría otorgadas a sus empresarios y consumidores.

Hace unos días, Lebasi abrió las puertas de dos nuevos Centros de Bienestar y Negocios, los cuales se ubican en la ciudad de Guadalajara y Monterrey.

En los nuevos centros se brindará a empresarios y público en general asesorías sobre nutrición, salud y formación empresarial.

Además, las instalaciones serán puntos de atención y de entrega de producto para empresarios, así como puntos de venta para consumidores.



NEGOCIOS

Mujeres economía y negocios

México requiere “reactivar la economía de las mujeres que se vieron afectadas por la crisis sanitaria y económica por el Covid-19.

En encuentro virtual con integrantes del Consejo Coordinador de Mujeres Empresarias (CCME), en la que participó la presidenta del capítulo Quintana Roo, Elibenia Pineda Aguilar, anunciaron para el pasado 20 de mayo una “Rueda de Negocios” en la que participaron más de 100 compradores de diversos productos.

Dicho esfuerzo se suma a las acciones de mujeres emprendedoras del CCME, quienes se dicen listas para buscar innovaciones de productos y servicios hacia empresas, hoteles, hospitales, universidades, que así lo requieran.

El foro “Mujeres de Negocios con Mujeres Conectadas” prevé un éxito para muchas empresas.



INVERSIONES

IEnova adquiere participación en el terminal marino de Manzanillo.

IEnova firmó un acuerdo para adquirir el 17.5% de participación que Transfigura Holdings mantenía en la Terminal Marina de Productos Refinados en Manzanillo, Colima, por cerca de 6 millones de dólares.

“Este proyecto consiste en una terminal marina de recepción, almacenamiento y entrega de productos refinados (gasolina, diésel y turbosina)”.

La terminal contará con una capacidad de almacenamiento de aproximadamente 2.3 millones de barriles.

El movimiento se da por la reorganización que tiene Sempra Energy, matriz de IEnova, para integrar en una nueva entidad todos sus activos en México a través de la fusión de su filial de gas licuado, Sempra LNG, y así dar pie a una nueva entidad: Sempra Infrastructure Partners.

CRECIMIENTO

■ Kraft Heinz revitaliza marcas insignia.

Una marca de macarrones con queso de 84 años de antigüedad podría parecer un salvador poco probable para una compañía de alimentos que tiene dificultades con la deuda y con la disminución de ventas.

Sin embargo, Kraft Macaroni and Cheese, que se vendió por primera vez durante la Gran Depresión, se encuentra entre los productos que volaron de los estantes durante la pandemia el año pasado, y que la compañía cree que puede ayudarlo a atraer a una nueva generación de consumidores.

Miguel Patricio, el director ejecutivo, seleccionado por el grupo 3G, dijo: "Llegamos a la conclusión de que necesitamos crecer de forma orgánica, y que es la forma más sostenible de mantener a la compañía en crecimiento."



EMPRESARIAS

■ Facebook impulsa negocios de mujeres en México y América Latina

Facebook presentó Cómprales A Ellas, un movimiento para impulsar las pequeñas y medianas empresas lideradas por mujeres en América Latina.

Sobre la visibilidad, la plataforma contempla realizar campañas en Facebook e Instagram para mostrar el efecto de estos negocios y distribuirá carteles en los comercios de Ciudad de México, Buenos Aires y Sao Paulo.

En los primeros meses de la pandemia de COVID-19, solo el 53 por ciento de las

pymes mexicanas lideradas por mujeres lograron mantener sus operaciones, frente al 68 por ciento de los negocios de hombres.

Cómprales A Ellas forma parte de un compromiso de la red social sobre empoderamiento de las mujeres dueñas de negocios en la economía de internet.



Ismael Cala

Periodista, escritor, motivador
y conferencista inspiracional y empresarial

EL LIDER EMPRESARIAL DEBE COMENZAR POR CONOCERSE A SÍ MISMO

► “El viento sopla fuerte, pero si contamos con raíces profundas y somos capaces de ser flexibles y adaptarnos, nos mantendremos en pie”

En líneas generales, el ejercicio del liderazgo empresarial en Latinoamérica se ha limitado últimamente a lograr riqueza, poder e influencia, lo cual está un tanto alejado del objetivo real de un líder, que entre otros, consiste en enfrentar problemas, canalizar innovaciones, gestar cambios y transformar procesos, a fin de generar resultados positivos y duraderos.

Algunos líderes recomiendan que el empresario debe establecer sus metas más influyentes a largo plazo, no tener como prioridad la recuperación rápida de la inversión, sino el establecimiento de bases sólidas tanto en la estructura financiera como en el equipo que acompaña la gestión, más aun en tiempos en que factores imponderables como la pandemia, influyen de forma decisiva en los resultados de cualquier gestión, ya sea un nuevo emprendimiento o un reacomodo en una empresa ya consolidada.

En este orden de ideas, **FDEINTL** conversó con el reconocido periodista, escritor, motivador y conferencista inspiracional y empresarial Ismael Cala sobre liderazgo y crecimiento personal, y su influencia sobre los jóvenes y nuevos emprendedores en Latinoamérica.

FDEINTL ¿Cómo descubrió esta pasión que lo llevó a interesarse en los temas de liderazgo y crecimiento personal, emprender y realizar numerosos proyectos a nivel mundial?

“La verdad es que siempre practiqué el liderazgo, aunque no sabía que lo estaba haciendo. Cuando creamos equipos de trabajo y diseñamos proyectos, estamos ejerciendo liderazgo. Pero cuando me fui a vivir a Canadá, -agrega-, comencé a interesarme de moco consciente por los temas de crecimiento personal. Allí tuve por primera vez en mis manos los videos de Tony Robbins, que hoy es uno de mis mentores. “

Comenta que luego se mudó a Miami y trabajando en la cadena CNN en Español le tocó viajar a Ecuador y Perú para asistir a unas conferencias con jóvenes. “Ese viaje me abrió los ojos sobre las posibilidades de dar conferencias y ayudar a los demás en su proceso de cambio”... El resto ya es conocido, sus empresas, la academia online www.cala.academy, los eventos de transformación.

Indagando acerca de la creación de la Fundación Ismael Cala, su influencia en los jóvenes emprendedores de la región, así como la finalidad del Programa El Vuelo de la Cometa, Ismael Cala explica que “antes hacía acciones individuales, pero varios amigos me preguntaron por qué no organizaba una fundación para encausarlo mejor. Y así empezó todo. El Vuelo de la Cometa es un programa que equipa a adolescentes escolarizados de entre 12 y 17 años de edad, con herramientas de inteligencia y liderazgo emocional, es decir, los entrenamos en el reconocimiento y gestión de sus emociones.”

Señala Cala que el proceso de formación cuenta con tres módulos: autoconocimiento, un segundo módulo de cambio de paradigmas y el tercer módulo de liderazgo emocional, puntualizando que los tres abarcan doce temas, trabajando con neurociencia, psicología positiva, el valor del aquí y el ahora, la conciencia plena, detenerse, estar quieto, mirar hacia adentro y respirar. Agrega que “para su implementación utilizamos el modelo de entrenamiento a entrenadores o formación de formadores”.

FDEINTL ¿Cuáles competencias considera más importantes para los líderes empresariales, en esta nueva normalidad?

“Recientemente escribí sobre la importancia de las "habilidades blandas" la verdad es que no me gusta del todo este término, pero ese es el que se utiliza internacionalmente; quizás sea mejor llamarlas "suaves". Y sobre ellas, LinkedIn llegaba a la conclusión de que las más demandadas por las empresas son la creatividad, la persuasión, la colaboración, la adaptabilidad, y la inteligencia emocional.”

Aclara que esto fue en 2020, antes de desarrollarse la pandemia de Covid-19, añadiendo que “está demostrado que el mundo ya iba en ese camino, que obviamente se ha reforzado con la crisis; sin dejar a un lado a las llamadas "habilidades duras" el blockchain, la computación en la nube, el razonamiento analítico y la inteligencia artificial, entre otras”.

FDEINTL ¿Cuáles estilos de liderazgo considera que son más acordes con el campo empresarial actual?

“En mi opinión, el mejor estilo es el "liderazgo bambú", un liderazgo de conciencia, mindfulness y exponencialidad, para integrar un nuevo estilo, acorde con los tiempos que vivimos. Este es un nuevo enfoque que permite a las personas ser más conscientes y responsables consigo mismas y con su entorno. Un nuevo líder que aprende a ver los obstáculos como oportunidades y a construir desde la inspiración, más que desde la desesperación”.

FDEINTL Los emprendedores deben liderar sus negocios sin muchos recursos, entre esto el tiempo para mejorar sus habilidades directivas. ¿Por dónde debe comenzar ese joven ejecutivo para sortear el manejo del conflicto, motivar a su gente y superar el estrés personal?

“Debe comenzar por conocerse a sí mismo. Es fundamental entrar cuanto antes en ese proceso de autoconocimiento, para saber exactamente quiénes somos. Y luego incorporar a su estilo de liderazgo los principios del liderazgo bambú, entre ellos integridad, versatilidad, flexibilidad, colaboración, resiliencia y gratitud”, puntualizando que es evidente que también necesita preparación y adoptar herramientas probadas. “No es fácil manejar equipos y gestionar conflictos; hay que alejarse del camino del "orden y mando" y estimular la participación de los colaboradores”.

FDEINTL ¿Qué consejos daría a los ejecutivos que tienen esa cualidad de liderazgo natural? ¿Y a las personas que no tienen esa cualidad tan desarrollada y requieren mejorarla?

Ismael Cala indica que el líder se hace, no nace, pero que ciertamente determinadas personas cuentan con particularidades en su entorno que ayudan, agregando que el liderazgo natural es bueno, siempre y cuando “no nos creamos el centro del mundo”. Señala que “en mi camino profesional me he encontrado con diversos tipos,



pero siempre admiro más a quienes demuestran apetito por seguir aprendiendo. Es muy complicado seguir a la gente que te restriega en la cara que ya lo sabe todo, y supuestamente no necesita más en su vida. Mi recomendación es no dejar de aprender nunca, para eso fundamos **www.cala.academy**”

FDEINTL quiso conocer de qué manera Ismael Cala influencia a esta nueva generación de jóvenes profesionales y emprendedores, que lo ven como un ícono del éxito latinoamericano, a lo que contestó que espera que sea positivamente, enfatizando en que intenta dar el ejemplo, desde la honestidad, la transparencia y la pasión. “A mí nadie me ha regalado nada. Vengo de una familia que se tuvo que esforzar mucho para salir adelante. Por eso siempre digo que podemos avanzar, incluso en las circunstancias familiares –o de país– más difíciles. El entorno influye, pero no determina”, recalcó Cala.

FDEINTL ¿Cómo ve a los líderes de negocios en Latinoamérica? ¿Cree que Latinoamérica cuenta con líderes de negocios capaces de superar los desafíos en la post-pandemia?

“Somos una región resiliente, que se impone a las dificultades. Tenemos grandes líderes empresariales y sociales, pero en un entorno de gran desigualdad. A cada joven que enrolamos en esto, lo apartamos de la violencia; necesitamos más instituciones y empresarios involucrados en estas acciones”.

FDEINTL Consultó acerca del mensaje de Ismael Cala a los líderes latinoamericanos (Colombia, Chile, Ecuador, México y Panamá), que se arriesgan a perseguir sus sueños, a pesar de las circunstancias económicas y sociales por las que atraviesan esos países, a lo que respondió que

“Vivimos tiempos difíciles, pero hemos demostrado resiliencia, como el bambú. El viento sopla fuerte, pero si contamos con raíces profundas y somos capaces de ser flexibles y adaptarnos, nos mantendremos en pie. Mi mensaje es: seamos como el bambú”.



Enrique Aguirre

Managing Director for 3M Central America and Caribbean Region



La comunicación como base del liderazgo efectivo

Para el Director General de 3M Región Centroamérica y el Caribe, Enrique Aguirre, la clave del éxito de un líder está en la búsqueda de consensos a través del diálogo diverso.

Con una trayectoria profesional de 30 años ocupando puestos de gran responsabilidad en las áreas de servicio, logística, militar, administración, tecnología de la información, comercialización, distribución eléctrica, servicios al cliente, ventas, marketing y gerencia general, Enrique Aguirre, Director General de 3M Región Centroamérica y el Caribe, apuesta por la comunicación como la clave para un liderazgo efectivo.

El también actual **Presidente de la Junta Directiva de AMCHAM Panamá y miembro activo de Executive Forum capítulo Panamá**, asegura que a través de una buena comunicación se consigue tomar las mejores decisiones, ya que al ser eficiente, bidireccional y transparente permite conocer otros puntos de vista y, por lo tanto, alcanzar el consenso.

En 3M, empresa en la que se desempeña desde hace 11 años, busca con su liderazgo crear e incentivar oportunidades de crecimiento profesional de los colaboradores a través de una cultura que alienta la diversidad y la inclusión, entendiendo que esta es un elemento que potencia la productividad y la innovación.

Para esta primera edición de Factor de Éxito Internacional, Enrique Aguirre conversó con nosotros sobre su experiencia profesional y el desafío que representó el Covid-19 para la continuidad del negocio.

¿Cuál ha sido su mayor reto en 3M?

Sin duda alguna, el mayor reto ha sido hacer frente a la pandemia. En ese sentido, la seguridad y la motivación de nuestros colaboradores es un tema importante que hemos sabido enfrentar de forma exitosa.

En el tema de seguridad, la compañía se ha centrado en proteger y respaldar a nuestros más de 90.000 empleados globales, ofreciendo trabajo remoto cuando es posible y ejecutando protocolos de seguridad sólidos en nuestras plantas, centros de distribución y otros sitios.

Por otro lado, desde el inicio de la pandemia se ha tenido claro la necesidad de encontrar un equilibrio entre la seguridad y la continuidad del negocio, y esto se ha logrado gracias a la comunicación. En ese sentido se han abierto canales, como sesiones de Q&A, boletines informativos, cursos de entrenamiento sobre el virus, entre otros, con el objetivo de mantener al día a los empleados sobre las decisiones y avances de la compañía frente a la crisis.

Hemos implementado un programa que llamamos Flexibility 2.0 donde permitimos que los colaboradores puedan administrar mejor su tiempo a sabiendas de todos los compromisos que también surgen cuando estás trabajando desde la casa y debes supervisar también actividades del hogar.

Finalmente, hemos implementado dinámicas con colaboradores para “desconectarnos” de la presión laboral ofreciendo información para mantener el mindfulness, sesiones de yoga, nutrición, crianza, etcétera;



o “Desarrollo en casa”, con sesiones virtuales de capacitación y aprendizaje en temas variados.

¿Cómo han contribuido las buenas prácticas a impactar en los resultados del negocio?

Nuestro rol en los países donde estamos va más allá de lograr una meta en ventas. Somos responsables de agregar valor a la sociedad. De esa forma hemos colaborado con muchos socios estratégicos aconsejando con buenas prácticas de negocio para mitigar los impactos del mercado. Igualmente, hemos ayudado a nuestras comunidades a través de donaciones de equipos de protección personal, comida y

utensilios de limpieza. También a través de nuestro voluntariado hemos continuado con nuestro programa “Adopta una Escuela” proporcionando material audiovisual que ayuda a la educación de los niños de las escuelas seleccionadas. En fin, como colaboradores de esta organización nos sentimos comprometidos y motivados por las medidas que se han tomado a lo interno y por la forma como todos juntos podemos seguir generando valor a todos nuestros relacionados. Esto nos mantiene muy activos y con una gran fortaleza para dar lo mejor de manera individual y colectiva que al final se ve reflejado en los resultados.

Contemplando su vasta experiencia y escala profesional dentro de 3M, desde su perspectiva, ¿cuál es el factor más importante para mantener la innovación, la diversidad y la inclusión?

La creación de una cultura laboral. 3M tiene algo muy claro: sus equipos de trabajo son mejores cuando se componen de personas diferentes con objetivos compartidos, que puedan aportar distintas perspectivas.

En ese sentido, la compañía está comprometida con la inclusión a partir de políticas de equidad y la promoción de un espíritu de colaboración amigable. En 2015, 3M estableció una meta acumulativa, en todas las categorías de diversidad, para duplicar la cartera de talento diverso en la gestión a nivel mundial: del 32,6% al 43,3%; hasta el momento, se ha logrado un aumento de 10,7 puntos de 2015 a 2020. Además, el 30% de los miembros de la junta directiva está integrado por mujeres.

Ahora bien, todos estos esfuerzos en temas de inclusión y diversidad han influenciado en la construcción de nuestra cultura laboral, misma que abraza la creatividad y la colaboración entre negocios, geografías y disciplinas científicas, redundando en el desarrollo eficiente de nuevas ideas y productos.

Ejemplo de esto, es la cultura del 15%, que anima a los colaboradores a utilizar los recursos de 3M, formar un equipo único, seguir sus propios conocimientos en la búsqueda de la resolución de problemas y dedicar el 15% de su tiempo de trabajo a hacerlo. Este sistema se desarrolla y crece gracias a sistemas de medición y recompensa que fomentan la colaboración, toleran errores, recompensan el trabajo en equipo, respetan el riesgo responsable y estimulan el éxito.

Con respecto a la familia, ¿cómo equilibra su tiempo entre ella y su desempeño como líder en 3M?

3M cuenta con un programa llamado FlexAbility, lanzado por primera vez en 2015, que brinda a los empleados la autonomía para personalizar cuándo y dónde trabajar mejor, lo que les permite laborar de manera que ofrezcan flexibilidad y equilibrio, e impulsen una mayor productividad y oportunidades de colaboración entre individuos y equipos.

Los empleados y los supervisores compartimos la responsabilidad de hacer que FlexAbility sea un éxito. Los colaboradores deben comunicar cómo prefieren trabajar, mientras que los supervisores brindan apoyo y eliminan los obstáculos.

Gracias a este programa y los aprendizajes adquiridos desde antes, la transición al trabajo remoto y a las nuevas formas de laborar por el Covid-19 fueron más eficientes y rápidas.

En mi caso particular como el de muchos otros colaboradores, nos encontramos trabajando desde casa lo que me ha permitido al mismo tiempo estar más cerca de la rutina familiar, compartir con ellos lo que hago en el día a día, siendo una maravillosa oportunidad de formación a través del ejemplo para mi hijo. El aislamiento durante la pandemia no es algo muy saludable emocionalmente, sin embargo, el hecho de contar con el soporte cercano de la familia nos

energiza desde la mañana y hace sin dudas, que las jornadas sean más llevaderas.

¿Cuál es su opinión sobre el liderazgo productivo en Latinoamérica?

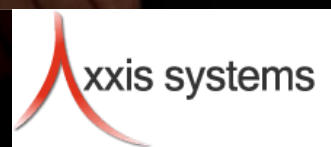
Esta es una pregunta amplia para contestar, ya que cada país puede tener sus propias realidades que de una u otra forma por factores políticos, sociales o hasta de ubicación geográfica, entre otros, pueden afectar la formación profesional y la productividad. Sin embargo, tratando de rescatar una visión generalizada y en base a nuestra experiencia, podemos comentar que el liderazgo latinoamericano tiene aspectos comunes asociados a la lucha por la superación y el desarrollo, también se caracteriza por ser un liderazgo resiliente que está acostumbrado al cambio constante y actuar bajo presión ante un entorno relativamente incierto. Es un liderazgo definido por la pasión por lo que hace y con una tendencia creciente hacia la digitalización, la toma de decisiones basadas en datos y un último ingrediente muy latino que es la comunicación abierta, la camaradería y la facilidad para el trabajo en equipo. Veo en Latinoamérica un potencial enorme de líderes donde ya muchos de ellos ocupan posiciones relevantes en empresas de prestigio, pero aún necesitamos más y mejor educación en múltiples áreas. Al venir de una empresa como 3M donde aplicamos la ciencia a la cotidianidad, nos damos cuenta de la importancia de seguir incentivando y fortaleciendo los programas educativos asociados a carreras STEM, por sus siglas en inglés, Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas. Debemos lograr que cada vez estas carreras sean más atractivas, tengan menor deserción estudiantil y consigan un campo laboral donde poder desarrollarse. Nosotros como empresa estamos comprometidos con este objetivo para ayudar al desarrollo y la productividad de los países de nuestra región.





Ricardo Camargo

VP de Proyectos (PMO)
en Axxis Systems, Panamá.



A TRAVÉS DEL LIDERAZGO NOS ENCARGAMOS DE NIVELAR EMOCIONES, DANDO APOYO Y TRANQUILIDAD AL ENTORNO

▶ “El liderazgo es un acuerdo mutuo de respeto, compromiso, lealtad con un objetivo en común, donde todos se aseguran de cumplirlo a través de la motivación, inspiración y el reconocimiento”

▶ “El sector bancario y financiero en Latinoamérica se ha tomado muy en serio la tecnología y no solo con la adquisición de servicios a través de plataformas tecnológicas, sino también con la adopción de metodologías reconocidas”

Cuenta con 50 proyectos de su autoría aplicados en diferentes sectores, entre ellos 25 bancos, 11 aseguradoras, firmas de abogados, transporte, franquicias de comida rápida y casinos, entre otros, logros alcanzados a lo largo de algo más de 20 años de experiencia en las actividades del negocio bancario, implementación y gestión de proyectos tecnológicos. Posee con muy amplios conocimientos en la aplicación de Core de seguros y bancarios, además de ostentar basta experticia en gerencia de riesgo de proyectos, en control y aseguramiento y control de cronograma. Egresado de la Universidad de Panamá en Administración y Contabilidad, cursó estudios complementarios en la Universidad de Louisville y en la Universidad Interamericana de Panamá.

Se trata de nuestro entrevistado, Ricardo Camargo, VP de Proyectos (PMO) en Axxis Systems, Panamá.

FDEINTL ¿Cómo ha sido su paso por Axxis Systems para haber alcanzado la posición en la empresa a nivel ejecutivo como VP de Proyectos?

“Es una realidad que algunos desafíos requieren de una preparación previa y en este caso, contar con una experiencia y trayectoria en la implementación de proyectos tecnológicos es uno de los factores más cruciales para emprender con éxito la dirección de una Oficina de Proyectos (PMO), encargada de entregar valor a la industria aseguradora a través de diversas plataformas tecnológicas, que les permita crecimiento y posicionamiento en su región o más allá.

Esta experiencia previa en la implementación de proyectos internacionales y la certificación PMP (Project Manager Professional) que otorga el PMI (Project Management International), eran los requisitos más importantes para llegar a la compañía directamente a asumir el cargo de Vicepresidente de Proyectos. Sin embargo, -continúa nuestro entrevistado-, las exigencias del puesto requerían establecer planes de acción de manera inmediata, que permitieran retornar los proyectos a los objetivos trazados originalmente de Chile, Perú, Paraguay y Costa Rica, los cuales acumulaban una serie de conflictos, impactos y desviaciones negativas”.

Señala Camargo que a ello se sumaba, equipos de trabajos con altos signos de agotamiento, frustración y, por otra parte, clientes insatisfechos por el bajo rendimiento de acuerdo a los indicadores del proyecto.

Nos explica que pretender que su sola incorporación a la compañía resolvería todos los problemas existentes como por arte de magia, sería auto engañarse. “Por lo tanto, considerando el escenario al que me estaba uniendo, era necesaria la aplicación de habilidades blandas y duras que generaran un ambiente de colaboración a través del trabajo en equipo, la negociación, la re-planificación de los proyectos y en consecuencia, sumando el esfuerzo de directores que ya tenían años en la compañía con los detalles claros, unos con mucha experiencia en el control de calidad del desarrollo de software, y otros en el negocio y la operación de seguros.”

Añade Ricardo Camargo que por supuesto, ello dio excelentes resultados, debido a que hubo gran apoyo y confianza por parte del CEO de la compañía en cada iniciativa que se propuso y que se involucró y aportó directamente al cumplimiento de esos objetivos. “Las diferentes estrategias presentadas y negociadas con cada cliente permitieron retomar la confianza de ellos y el cierre exitoso de proyectos de vital importancia para la compañía. Seguramente muchas empresas cuando tienen un crecimiento acelerado pasan por estos eventos; sin embargo, no todos reaccionan de manera inmediata como lo hicimos nosotros,” indicó.

FDEINTL Durante su gestión como VP de Proyectos de Axxis Systems, ¿Cuáles considera que han sido los logros más relevantes durante su gestión?;

“Sin duda que la entrega de valor constante a nuestros clientes través del cierre de proyectos exitosos, los cuales han permitido un crecimiento sólido y rápido para ellos, además de que han generado la oportunidad de que la compañía haya penetrado nuevos mercados en otros continentes como Europa y África, los cuales a su vez, originan nuevos desafíos y, por lo tanto, nuevas formas de comunicación, todos estos logros debido al fortalecimiento de la oficina de proyectos a través de la incorporación de herramientas, la optimización de procesos existentes, la adaptación de metodologías Agiles y optimizado la tradicional cascada, esta última, irónicamente es la más acordada con nuestros clientes, a pesar de las actuales tendencias en agilidad.

Por otro lado, la incorporación de nuevos procesos orientados a la entrega de valor a nuestros clientes, lo cual y en consecuencia, facilita la obtención de resultados rentables para la compañía”, puntualizó nuestro entrevistado, quien agregó que con base en lo anterior, para él resulta gratificante que la Oficina de Proyectos y todos sus componentes trabajen de manera sincronizada, haciendo frente y dando respuesta a la resolución de conflictos en el menor tiempo posible, a través de estrategias de negociación, lo que permite obtener los resultados proyectados por la compañía y sus clientes.

FDEINTL Como gran conocedor del negocio financiero, ¿Cuáles son los próximos desafíos?

“En la actualidad, la industria 4.0, de la mano con el internet, más todos los aspectos disruptivos, han estado cambiando la forma en cómo los seres humanos y los negocios hacen las gestiones; desde allí muchos podrían concluir que estos nuevos cambios generan la activación de una ‘transformación digital’. Sin embargo, desde mi punto de vista, esta transformación digital inició hace muchos años. “

Comenta que a su juicio, cada compañía conoce a la perfección que debe disponer de las mejores herramientas, acompañadas de procesos operativos eficientes y equipos de trabajos de alto rendimiento para ser competitivos, conociendo de antemano que de la misma manera como existen muchos bancos, también existen muchas aseguradoras. “Sin embargo, -añadió-, se diferencian en la forma en cómo cada uno ofrece sus servicios y en la atención a sus clientes a través de plataformas y canales alternos de comunicación, cualidades y características que los mantienen competitivos dentro de su sector de negocios.

“Considerando lo antes mencionado, no está demás aclarar que el mundo ha sido estremecido por una pandemia, obligando a las empresas de cualquier industria a agilizar la aplicación de sus nuevas iniciativas de transformación tecnológica, pero principalmente, estas organizaciones están invirtiendo en tecnologías y plataformas con servicios directamente desde la nube, que les garantice la continuidad de su operación desde cualquier punto del planeta. Asegura el VP de Proyectos de Axxis Systems que para muchos, este esquema se convierte en grandes desafíos debido a los cambios internos, incluyendo políticas y aspectos de la cultura de la organización que deben asumir y ejecutar para asegurar el éxito.

Indica Ricardo Camargo que “es un hecho que los negocios financieros a través de la banca se están moviendo en otra dirección y las Fintech pueden convertirse en una amenaza o en una gran oportunidad para hacer la diferencia, ofreciendo productos o modelos de negocio en la industria de los servicios financieros”, agregando



EAGER CENTURY
INC.

Proveedor Global
de Materias Primas,
Aditivos
y Especialidades
Químicas

- **Garantía de Suministro.**
- **Apoyo Logístico.**
- **Servicio al Cliente.**
- **Ahorro en Costos.**
- **Calidad Garantizada.**
- **Soporte Técnico e Innovación.**

www.eagercentury.com

Contact@eagercentury.com

que en numerosos bancos ya han iniciado la adopción de estos servicios, encarando los desafíos que esto conlleva, sobre todo de grandes inversiones en tecnología. “Por su parte, la industria aseguradora se verá obligada a proponer modelos de negocios similares y hacer lo propio”, puntualizó.

FDEINTL quiso conocer la opinión del ejecutivo en cuanto al ejercicio del liderazgo en torno a visión estratégica, compromiso con su gente, creatividad en el trabajo en equipo y comunicación, dada su condición indudable de ser un líder que se desenvuelve con equipos multiculturales, enfocados principalmente al negocio de aseguradoras, bancos y financieras en Panamá, México (D.F., Culiacán, Monterrey, Guadalajara), República Dominicana, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala, Nicaragua, Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Paraguay, Bolivia, Chile, Argentina, Surinam, Egipto y Rumanía, a lo que respondió que “conceptualmente, el término liderazgo tiende a confundir a muchos sobre todo cuando se está en los inicios. Para la implementación de proyectos tecnológicos, el liderazgo que se ejerza durante la ejecución es determinante para asegurar el éxito del mismo. De la misma manera que aplica para una empresa, también se aplica para los proyectos, dependiendo del tipo de liderazgo que se ejerza, éste está directamente relacionado al éxito o fracaso.”

Añade que personalmente considera que el liderazgo es un acuerdo mutuo de respeto, compromiso, lealtad con un objetivo en común, donde todos se aseguran de cumplirlo a través de la motivación, inspiración y el reconocimiento. Dicho eso, Camargo hace énfasis en cada uno de los siguientes aspectos:

Comunicación: Debilidad o talón de Aquiles de muchos, pero sobre todo de los Gerentes de Proyectos. Es un hecho que nos pasamos comunicando gran parte del tiempo y es de gran ayuda para asegurar anticipadamente soluciones que eviten impactos considerables o bien, para que la organización tome las decisiones correctas en el momento correcto. “Debemos ser oportunos con la comunicación para evitar malos entendidos y auto estrés, solicitar siempre las cosas de la forma más asertiva posible y con empatía, es decir profesional y categóricamente,

cuidando mucho nuestro lenguaje corporal y nuestras emociones al momento de comunicar. Esto es parte de la preparación que compartimos con nuestro equipo,” en opinión de Ricardo Camargo.

Credibilidad: Transparencia, confianza, asertividad y los hechos demostrables son los elementos determinantes que dejan en evidencia la credibilidad. Con base en ello y a través de ese liderazgo el equipo se siente seguro, respaldado y dispuesto a emprender cualquier iniciativa de solución que se proponga por más difícil que sea. Este escenario también es aplicado hacia nuestros clientes.

Proactividad: Esta disciplina la tenemos bien marcada y deja en evidencia qué tan eficientes somos al momento de gestionar nuestros proyectos, ya que va inmersa en el seguimiento periódico que se les hacen a los planes. Dice el ejecutivo que “anticiparse a algunos hechos marca la diferencia al momento de evitar impactos considerables al presupuesto y rentabilidad del proyecto, y a su vez en la optimización de los recursos”.

Inteligencia Emocional: En cualquier industria, el control de las emociones es un arte y en los proyectos se ha convertido en una de las habilidades más importantes y relevantes de los Gerentes de Proyectos; de hecho, es una limitante para una contratación si no se cuenta con esas habilidades. “Esto obedece a que la carencia de esta habilidad podría desencadenar en el incremento de conflictos, cuando por el contrario se deberían minimizar o eliminar”.

En opinión de Camargo, tomando en cuenta que la administración de proyectos conlleva manejar y solucionar conflictos a diario, se corre el riesgo de que se activen con más frecuencia las emociones. Es decir, enojo, desmotivación, frustración, agotamiento, estrés, entre otros, podrían atentar contra la figura principal al frente de los proyectos. “Para ello, -indica-, nuestro rol como director de la PMO y a través del liderazgo nos encargamos de nivelar estas emociones, dando apoyo y tranquilidad al entorno, para una eficiente continuidad de los proyectos donde deben prevalecer acuerdos, derivados de la aplicación de buenas técnicas de negociación y comunicación asertiva”.

FDEINTL ¿Qué tipo de proyectos son los más abordados bajo la conducción de su liderazgo internacional? Y desde su punto de vista, ¿cuáles han sido los factores de éxito que predominan en las diferentes ejecuciones?

“Durante casi 10 años tuve la oportunidad de trabajar directamente en bancos diferentes, uno estatal y dos de ellos de capital privado; en todos los casos la experiencia obtenida fue en áreas operativas. A mediados del año 2000, esta valiosa experticia tuvo como consecuencia la oportunidad de dar un giro a mi vida profesional y de pertenecer a una empresa posicionada en la región, con sede principal en Panamá, orientada a proveer servicios tecnológicos a bancos, cooperativas y entidades financieras en general, a través de varias aplicaciones y un core bancario.”

Indica Camargo que las diferentes aplicaciones cubrían áreas como lavado de dinero, gestión de cobros, banca por internet, manejo de inversión, tesorería y todos los servicios que proveen este tipo de entidades financieras; “durante 8 años estuve asesorando, capacitando, aportando ideas acerca de una mejor forma de hacer las cosas, implementando proyectos tecnológicos principalmente a través de un core bancario. Debo reconocer que esta área es donde radica mi mayor experiencia,” reveló.

A lo largo de los siguientes 8 años, tuvo la oportunidad de pertenecer a diferentes empresas con el mismo objetivo: proveer plataformas tecnológicas a diferentes tipos de industrias lo cual le permitió aumentar sus conocimientos en áreas nunca antes exploradas en su vida profesional, según comenta. “Me entusiasmó le idea de tener dominio de conceptos como CRM (Customer Relationship Management), ERP (Enterprise Resource Planning) e implementar aplicaciones orientados a satisfacer estos conceptos”.

En los últimos 2 años y un poco más, el VP de Proyectos de Axxis Systemns se ha dedicado a la ejecución de proyectos tecnológicos, orientados a la industria aseguradora para lo cual ha sido necesario el manejo de términos como garantías, seguros de vida, seguros generales, siniestros, endosos, etc. Ha resultado interesante incursionar en la implementación de un core de seguros y otras aplicaciones que giran en su entorno y todo con posibilidades de utilizarse desde la nube.



FDEINTL ¿Cuál es su opinión en torno al desarrollo del liderazgo tecnológico en Latinoamérica, específicamente el del sector Bancario?

“En los últimos años el sector bancario y financiero de Latinoamérica se ha visto en la obligación de adoptar y aplicar constantes controles, a través de mejoras en sus plataformas tecnológicas debido a las exigencias regulatorias solicitadas por entidades internacionales, que requieren transparencia en la información financiera e incremento en el intercambio de la misma. Para el sector ha significado la realización de inversiones, o bien en algunos casos podrían considerarse gastos, debido a que no necesariamente tienen un impacto en el aumento de sus ingresos dentro de la cartera de los productos que ofertan.”

Agrega Camargo que “esta capacidad de adaptarse con rapidez a las exigencias consideradas hasta cierta forma tecnológicas, deja en evidencia el nivel de madurez que han adquirido algunas entidades financieras de la región, y es que con mercados cada vez más saturados no tienen otra alternativa que adquirir los mejores servicios tecnológicos que consideren diferentes métodos y canales alternos a los tradicionales que los mantenga competitivos, a través de la promoción de nuevos productos que satisfagan las necesidades de clientes, que a su vez también se han convertido cada vez en más exigentes”.

Asegura que el sector bancario y financiero en Latinoamérica se ha tomado muy en serio la tecnología y no solo con la adquisición de servicios a través de plataformas tecnológicas, sino también con la adopción de metodologías reconocidas en el uso de buenas prácticas para la implementación de proyectos de todo tipo. Puntualiza, además, que ya es común escuchar que un banco cuenta con una oficina de proyectos (PMO) que lleva a cabo todas las iniciativas tecnológicas de nuevos negocios. “Adicional a ello, -comenta-, cuentan con gerentes de proyectos certificados PMP o bien Scrum Master, debido a que han adoptado la ejecución de proyectos Agiles a través del marco de trabajo Scrum. Es un hecho, existe un alto nivel de madurez y liderazgo en el sector bancario

stems

Latinoamericano con respecto al uso y aprovechamiento de la tecnología”.

FDEINTL Entre las metodologías y mejores prácticas implementadas en sus objetivos de negocio, ¿Cuáles representan mayor impacto por su aplicación en los proyectos y en consecuencia, ofrecen un excelente resultado?

“Determinar cuál es la metodología más apropiada o efectiva para la implementación de proyectos podría ser considerado un tema de extenso debate. Sin embargo, puedo asegurar que cualquier metodología donde existan equipos de trabajos comprometidos y líderes totalmente involucrados, esa de seguro dará excelentes resultados. Escuchar al Gerente General de una compañía decir ‘No sé qué metodología ustedes consideren utilizar para implementar el proyecto, lo importante para nosotros es contar con una plataforma tecnológica que nos permita mantenernos competitivos con los nuevos productos que queremos lanzar al mercado cuanto antes’, esto nos da una idea de lo que realmente los clientes esperan de nosotros.

Dicho lo anterior y reconociendo que formo parte de una compañía que ejecuta proyectos tecnológicos, -continúa-, es necesario apalancarse sobre estándares, políticas, procesos, herramientas y metodologías eficientes comprobadas que aseguren la entrega de proyectos exitosos. Con base en ello, consideramos dos metodologías, Ágil a través del marco de trabajo Scrum y la tradicional cascada. Sin lugar a dudas, ambas nos han facilitado la entrega de proyectos exitosos. Sin embargo, la metodología Ágil permite la entrega de valor al negocio de nuestros clientes en menor tiempo”.

Agrega el alto ejecutivo que en sus negociaciones y propuestas, siempre en primera instancia promueve la metodología Ágil con su respectiva explicación de ventajas y beneficios, acompañada de algunas experiencias con resultados comprobados. Aun así, Camargo indica que sus

clientes finalmente se inclinan por la tradicional cascada, lo que causa una gran incógnita, que desde su punto de vista, podría tener una explicación: “En una relación cliente proveedor existen negociaciones y acuerdos contractuales donde alguna de las partes tiene la mayor responsabilidad, si consideramos la agilidad, esta implica equipos de trabajo auto organizados, donde el cambio es bienvenido en cualquier momento o en cualquier sprint, debido a que este esquema supone la entrega de valor al negocio por encima de cualquier cosa y con ello podría significar un presupuesto extenso si no se lleva controladamente. Por lo tanto, esto podría significar un contrato de tiempo y material donde la mayor responsabilidad y riesgos del proyecto recae sobre el cliente, debido a que él tiene control y el ritmo de lo que persigue como objetivo”.

Añade que “tenemos la tradicional cascada, donde los acuerdos generan un contrato de precio fijo y en la mayoría de los casos va acompañado del concepto ‘llave en mano’. Esto significa que la mayor responsabilidad y el riesgo debe asumirlo el proveedor. No todas las compañías tienen carta abierta para iniciar un proyecto sin un fin determinado, por lo general antes de emprender una iniciativa tecnológica debes sustentar la necesidad para que posteriormente se apruebe un presupuesto, que por lo general es limitado. Esta es una realidad que muchos ‘agilitas’ desconocen y que está pasando realmente y aun cuando seguimos resaltando la agilidad, los clientes en nuestra realidad se siguen inclinando por la tradicional cascada”, indicó.

Consultado acerca de su experiencia en el ejercicio del Liderazgo, Ricardo Camargo considera con mucha firmeza, que el liderazgo aparece desde el primer momento en que se asume la responsabilidad de lograr objetivos establecidos, lo que puede ocurrir en cualquier faceta de la vida, aclarando que una vez que se descubre, se comienza a entender y aprender de él, hasta que se logra aplicar su valor y su significado a

todo lo que se emprende y devuelve resultados positivos.

“Haber entendido el significado de liderazgo y su esencia me tomó un tiempo considerable; antes de eso no era más un jefe, donde en cada intento de aplicar solo mi punto de vista, me llevó a fallar en algunas ocasiones y con pésimos resultados al frente como gerente de proyectos, luego de la lección y de haberme dado cuenta de qué cosas no hacer y cuáles potencializar, se abrieron nuevos caminos en mi vida personal y profesional, poniendo en práctica el buen uso del liderazgo. Finalmente entendí que hay conductas muy negativas de las que tuve que desprenderme y que las estaba aplicando sin darme cuenta, tales como la arrogancia, la prepotencia y el ego que simplemente no encajan en ningún tipo de liderazgo”, agregando que “es un hecho que la calidad de ser humano prevalece sobre cualquier otra cosa, no importan títulos, cargos. El líder se identifica instantáneamente por el tipo de ser humano que es. Todo lo que una persona logra con conductas negativas podría considerarse tiranía”.

Nuestro entrevistado Ricardo Camargo reiteró que los buenos profesionales y las empresas exitosas resaltan, debido a su tipo de liderazgo. “Es por ello que cada emprendimiento que realice en cualquier faceta de mi vida, me adelanto a aclarar cómo se llevará a cabo; es decir, que aparte de establecer objetivos bien definidos, son activados en consecuencia y por naturaleza un conjunto de habilidades desarrolladas a través del tiempo como la comunicación asertiva, la empatía, la escucha, la motivación, la inspiración, el trabajo en equipo, la colaboración, el pensamiento crítico, enseñar haciendo, el reconocimiento, la confianza, la transparencia y muchas otras habilidades tanto blandas como duras, que se activan en el momento preciso, como una acción preventiva y que cuya función es asegurar el cumplimiento, y que de allí se derive la satisfacción y el crecimiento de todos”.

Innovación disruptiva basada en la dignidad humana.

Verne Ventures es el primer laboratorio de innovación disruptiva basada en la dignidad humana, especializado en asesorar a empresas y organizaciones para que alcancen el máximo valor para todos; y en invertir capital humano en proyectos en etapas tempranas que tengan el potencial de transformar al mundo.

Escríbenos a hola@verneventures.com para comenzar hoy.



VERNEVENTURES.COM





IVAN Y MONIKA TAPIA UNA INSPIRADORA HISTORIA DE ÉXITO

Esta pareja de emprendedores es el vivo reflejo de que cuando se lucha por un sueño, este se hace realidad. Su historia de vida comenzó desde muy abajo y, con esfuerzo, trabajo, constancia y enfoque, lograron consolidarse como una dupla poderosa en el mundo de los negocios, pero sin olvidar sus raíces y siempre rindiendo tributo a su objetivo principal: ayudar a los menos afortunados.

Monika e Ivan lograron pasar la complicada situación ocasionada por la recesión financiera de 2008 en Estados Unidos, en la que Ivan perdió su carrera en una empresa de ingeniería la semana antes de que la pareja celebrara su primer aniversario de bodas. No tuvieron otra opción que regresar a su ciudad natal: Tijuana, México. Poco después, Monika descubrió que estaba embarazada. Los tiempos difíciles no los amilanaron; por el contrario, se reinventaron y emprendieron un camino de logros.

Hoy día, Ivan y Monika han capacitado a miles de estudiantes sobre el espíritu empresarial y ayudado a cientos de personas a emprender y obtener ingresos millonarios. La pareja reflexionó junto a Factor de Éxito sobre su recorrido y decidió compartir con nosotros su historia y las claves que los han llevado a ser líderes.

Ivan, primero jugador de béisbol, luego ingeniero civil, emprendedor y ahora speaker internacional y mentor, ¿cómo ha dado los giros de timón en su vida para empezar desde cero en áreas tan diferentes?

Bueno, cada giro ha sido motivado e impulsado por mejorar, cada habilidad nueva que aprendes te ayuda a crecer, a desarrollarte y a expandir tu mente.

Yo nací en una familia de clase media, donde aprendí a inspirarme y motivarme por lo que mis padres hacían, tenía sueños y metas pero un impacto emocional tan fuerte como el que tuve en la recesión del 2008 al perder mi empleo, casa, auto, ¡todo!, me hizo darme cuenta donde estaba parado y que no quería depender de un empleo y trabajar toda mi vida para alguien más, ahí nació mi emprendimiento en la industria de redes de mercadeo, que hoy en día es mi principal fuente de ingresos. Pero tuve que aprender, capacitarme, dejar miedos atrás, dejar de escuchar la crítica de personas a mí alrededor que no aportaban nada positivo, así como invertir tiempo, dinero, esfuerzo y practicar, estudiar, dejarme enseñar, escuchar, esforzarme y poner acción.

Cada situación en tu vida llega por algo, y generalmente es para impulsarte y llevarte al siguiente nivel. Tu decides si la tomas o la dejas, si aprendes o la ignoras, si creces o decides quedarte en el mismo nivel.



Monika, ¿cómo ha logrado alcanzar la mejor versión de usted misma?

¡Woow, esta pregunta me encanta! porque quién no me conoce podría pensar que el camino ha sido fácil, pero no, todo ha sido inversión de tiempo, dinero y esfuerzo, además de constancia, perseverancia, enfoque y acción. Han pasado ya más de 11 años desde que la Monika con sueños y metas dejó de ser una empleada feliz e inició su camino al emprendimiento, ¿fueron tiempos difíciles? si, ¡por supuesto! y ¿quise darme por vencida? siii, ¡por supuesto! pero eran más grandes mis sueños, mis metas, estaba cansada de llorar y vivir en escasez porque en la recesión del 2008 ¡perdimos todo!, todo lo material, pero sobre todo, las ganas de salir adelante, y en ese estado, casi pierdo mi matrimonio, estuve dos años en depresión y vivíamos en un cuarto pequeño con un colchón, apenas teníamos para comer y alimentar a mi hija recién nacida, hasta que un día de rodillas ante Dios pedí desde el fondo de mi corazón una oportunidad

para salir adelante. Conforme pasó el tiempo entendí que para lograr lo que quería, ¡tenía que esforzarme más!, lo que ganaba lo invertía en entrenamientos poderosos con varios mentores donde aprendí a desarrollar nuevas habilidades y transformar mi mente, eliminar las excusas, los paradigmas y poner acción.

Ivan, ¿dónde se empieza a recorrer el camino hacia el cambio de vida y la estabilidad financiera? ¿Cuáles son esas claves que usted utilizó y ahora comparte en sus conferencias?

Se inicia con una decisión firme, creencia y dejándose guiar por un mentor. Una persona que tenga los resultados que tú quieres.

Tienes que estar dispuesto a pagar el precio, no importa si no duermes, si no descansas lo suficiente, si no vas a las fiestas de la familia y amigos, si tienes miedo o no, lo que importa es lograr tu objetivo, recordando que es temporal.

A los 18 meses de estar en la industria de redes de mercadeo,

en el 2012 generamos nuestros primeros \$20,000 por mes y en meses posteriores arribamos a \$100,000 al mes. Cuando el dinero que necesitas lo cubres, tu objetivo ya no solo es generar más, sino que encuentras un sentido extra, y es el compartir y enseñar a otras personas cómo lo lograste.

Monika, ha tenido la oportunidad de impactar a miles de mujeres con su mensaje, ¿cuál ha sido el mayor reto y lo más gratificante de su desempeño como conferencista internacional?

El mayor reto personal fue vencer el miedo al rechazo y a fracasar, pero me di cuenta que el miedo solo paraliza las oportunidades. El mayor reto con las mujeres ha sido transformar su forma de pensar.

Lo más gratificante es ver las historias de éxito a mi alrededor, las transformaciones, vidas nuevas, caras felices, familias felices con estilos de vida diferentes, pero sobre todo dejando un legado que trascienda por generaciones.

Ivan, ¿qué lo motiva a inspirar a otros y compartir los principios de su éxito?

El agradecimiento. Sin lugar a dudas me siento infinitamente agradecido con Dios porque me ha dado la oportunidad, las herramientas, la fortaleza, la pareja ideal para ser equipo y juntos crear un imperio que llegue a cambiar la vida de 1 millón de personas.

Ivan, Mónica ¿cuáles creen ustedes que han sido las claves del posicionamiento de ambos como conferencistas internacionales?

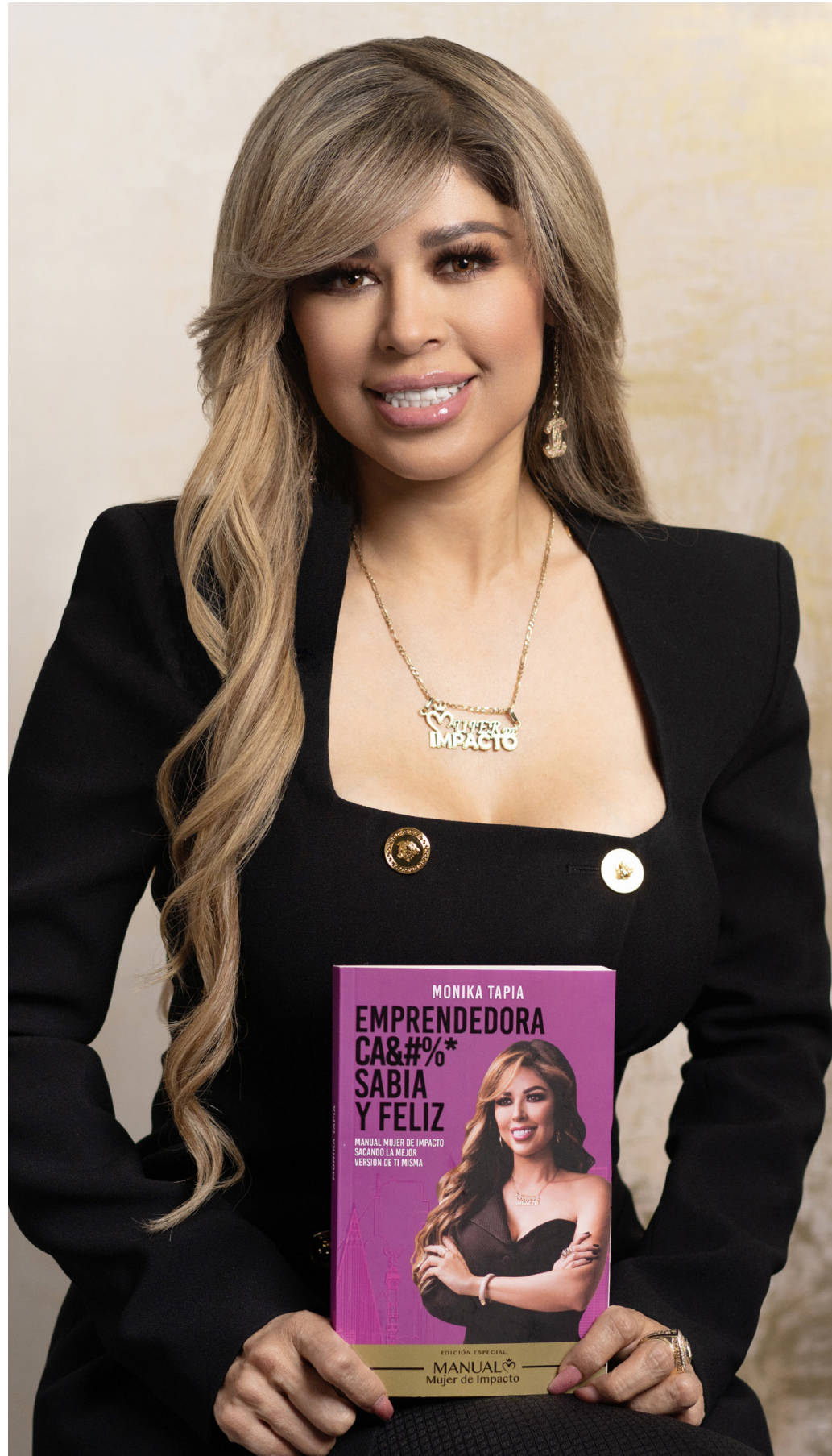
Iván Tapia: El liderazgo. Un líder que inspira, motiva y enseña el camino por recorrer de forma congruente. Siempre poniendo el ejemplo en la cancha, visualizando proyectos a futuro sin miedo, abriendo la brecha a nuevas generaciones que sean enseñables, tomando acción, creando, desarrollando y buscando nuevas oportunidades.

Monika Tapia: Creo que la congruencia. Trato de ser ejemplo de lo que hablo, me preparo constantemente para dar lo mejor de mí. Yo tengo la teoría de que uno no puede dar lo que no tiene.

Monika, ¿qué es “Mujer de Impacto” y qué la motivó a crear esta asociación?

“Mujer de Impacto” es un movimiento internacional de mujeres que buscan salir adelante, desarrollarse de forma personal y empresarial, dando sus primeros pasos en el emprendimiento sin importar el estatus social, la condición familiar y la edad. Es “TRANSFORMACIÓN” desde el ser con herramientas y técnicas especiales creadas para ello y fundamentadas en los 5 pilares más importantes de todo ser humano; el desarrollo mental, emocional, físico, financiero y espiritual.

Mi principal motivo para crear esta asociación sin lugar a dudas fue la necesidad de ayudar, de transformar vidas, de dar un motivo y esperanza; la necesidad de sentirse apoyadas y escuchadas, la necesidad de ser independientes y ser ayuda idónea en su hogar.



Ivan, Monika, ¿cómo han logrado desarrollar esa capacidad de comunicar afectivamente e inspirar a otros? ¿Es innata?

Iván Tapia: Los líderes se desarrollan en la cancha. Un líder no nace, se hace, se crea

con pasión, visión, determinación, enfoque y acción. Siempre buscando lo mejor para su equipo, mejores oportunidades y dispuesto a mejorar también por el bien de los demás.

Monika Tapia: Con el corazón y resultados. He comentado de la congruencia entre lo que piensas, sientes y accionas, y el poder de las palabras que salen de tu boca, pero nada de esto tiene sentido si no pones acción para ir por lo que por derecho divino te corresponde. Al inicio yo no sabía hablar en público, no sabía expresarme y me daba mucho miedo. Pero entendí que tenía que vencer ese miedo si quería avanzar, era un reto que tenía que lograr. Con entrenamientos, practicando, viéndome al espejo, empecé a perder el miedo.

Por último, ser líderes y ejemplo para otros es una gran responsabilidad, ¿cómo han asumido este compromiso?

Iván Tapia: Con pasión y tomando acción. Soy una persona de retos, que da el ejemplo precisamente con resultados y ayudando a otros líderes a tenerlos. Asumo la responsabilidad de ser un referente para nuevas generaciones, por eso les comparto mis tips, mis herramientas que me han ayudado a salir adelante, mi experiencia y vivencias, la toma de decisiones, los negocios en los que estoy invirtiendo, el cómo lograr metas a través de un sistema creado por nosotros y comprobado que si lo sigues tienes resultados. Es un compendio de información de apoyo para emprendedores.

Monika Tapia:
Siendo responsables y congruentes. A través de nuestras acciones y nuestras palabras podemos dejar un impacto en la vida de las personas que nos siguen. Somos guías, abrimos caminos y sembramos semillas para generaciones futuras.



Somos un fondo de capital privado de gestión patrimonial con un enfoque en inversión inmobiliaria (activos residenciales y comerciales). Contamos con grandes inversiones en el sector inmobiliario mexicano, a través de nuestro socio estratégico **INMOBILIARE&Co**

BIG^o
CAPITAL

Ciudad de México +5537074933 info@bigcapital.com.mx

bigcapital.com.mx





Paolo Pescali

Director Regional para Latinoamérica en la División de Productos de Electrificación de ABB



SIN UN EQUIPO FUERTE DE PERSONAS A TU ALREDEDOR, LAS POSIBILIDADES DE FALLAR SON MUY ALTAS

Paolo Pescali, es el Director Regional para Latinoamérica en la División de Productos de Electrificación de ABB, una corporación multinacional, líder mundial en innovación y tecnología, especializada en robótica, generación de energía eléctrica, equipamientos industriales y otras tecnologías de ingeniería, que opera en más de 100 países.

30 años laborando dentro de ABB le han permitido conocer el negocio a profundidad. Esto, aunado a su vasta experiencia en la región, que comenzó en 2002 cuando estuvo 7 años en Brasil, le han permitido estar hoy a la cabeza del área Comercial de Electrificación en Latinoamérica, donde ABB tiene presencia en todos los países principales, excepto Bolivia, país en el que utilizan un agente local, y Venezuela.

Pescali afirma que “la región se volvió muy estratégica para ABB debido a la tendencia de crecimiento lograda en los últimos años y esto a pesar de las dificultades del mercado que a veces enfrentamos en algunos países, como por ejemplo Argentina en 2020”.

Desde Miami, donde se estableció en 2019 cuando fue el encargado de crear el Centro Regional de Distribución de productos, Pescali conversó con Factor de Éxito sobre su experiencia de tres décadas dentro de una empresaria de la talla de ABB y cómo ha logrado escalar posiciones dentro de ella para convertirse en el líder de la operación de electrificación en la región.

Usted tiene 30 años trabajando en ABB, de los cuales 8 se ha desempeñado como Director de la División de Productos de Electrificación en Latinoamérica, ¿cómo ha sido el proceso de crecimiento dentro de la empresa?

Puedo presumir de una larga vida profesional dentro de ABB. Siempre me he sentido bien en esta empresa por sus valores y su entorno multicultural. La descentralización del proceso de decisión, la rendición de cuentas y el personal son parte de su ADN. Esta empresa siempre ofrece oportunidades para crecer dentro de la organización, especialmente si estás dispuesto a mudarte a otros países. Desde el comienzo de mi carrera me enfoqué en seguir moviéndome dentro de la organización. No te puedes quedar estancado en un puesto de trabajo por mucho tiempo, especialmente si eres joven. En línea con esto, traté de cambiar de puesto cada 3-4 años y me mudé a diferentes países cuando fue posible porque tener una experiencia internacional es muy importante para cualquier gerente, tanto desde el punto de vista humano como profesional.

Comencé mi carrera en Italia, luego me mudé a Suiza por más de 15 años, regresé a Italia durante 3 años, después a Brasil por 7 años y ahora en los últimos 2 años en Miami, Estados Unidos. Cada cambio fue en búsqueda de nuevos puestos y nuevas oportunidades.



En su opinión, ¿cuánto influyó la capacitación en su proceso de crecimiento profesional? ¿Es la capacitación un factor determinante para la consolidación de un liderazgo productivo?

La educación es fundamental para crecer dentro de una organización, pero debe complementarse con una experiencia directa en el campo. La capacitación nos brinda la base para operar, pero no nos enseña cómo liderar un equipo o cómo ejecutar un proyecto o cómo desarrollar una organización. Esto es algo que solo puedes aprender a lo largo de tu vida profesional desempeñando diferentes roles o liderando diversos equipos.

¿Cuál ha sido el mayor reto que ha enfrentado en sus tres décadas de carrera dentro de ABB?

El desafío más grande, pero también el más exitoso, que he tenido en 30 años en ABB fue sin duda el establecimiento de una organización de ventas y marketing en Latinoamérica. Esta región tiene un gran potencial pero también

una alta complejidad: algunas economías resultan muy inestables y las legislaciones en algunos mercados requieren un alto nivel de competencias para operar.

El plan que tenía por delante incluía la creación de equipos locales en cada país, el cambio de negocio en uno de los países más grandes, nuevas fábricas para atender a la región y, recientemente, la creación de un Centro Logístico Regional. Una actividad muy intensa durante los últimos 8 años que me ha dado un alto nivel de satisfacción y resultado.

¿Cuál considera que ha sido la clave para llegar a la posición que hoy tiene?

La perseverancia en la consecución de los objetivos profesionales, la dedicación al trabajo y el liderazgo son los elementos clave. También agregaría otro componente que es “aprender de tus errores”, reconocer que las equivocaciones te ayudarán a hacerlo mejor en el futuro.

Ha liderado importantes proyectos en diversos países y para hacerlo debe contar con un equipo de trabajo alineado con los valores de la empresa: responsabilidad, respeto y determinación. ¿Cómo logra mantener a sus colaboradores comprometidos y motivados?

Siempre tengo en mente dos conceptos importantes que me impulsan en la vida profesional. El primero es que “las personas son el mejor activo de una empresa” y el segundo es que “un líder que no es capaz de desarrollar y exponer sus mejores talentos no es un líder real”. He puesto en práctica estos conceptos constantemente durante mi carrera porque sin un equipo fuerte de personas a tu alrededor, las posibilidades de fallar son muy altas. Otra cualidad importante de un buen gerente es tener la capacidad atraer y seleccionar los mejores profesionales, e impulsarlos a desarrollar lo mejor de ellos.

Conozco algunos líderes que prefieren esconder a las personas talentosas porque ejecutan tareas importantes. En cambio, yo siempre prefiero exponerlos y hacerlos volar a otros puestos, dejando así espacio para que nuevos talentos también puedan desarrollarse. Este proceso crea una dinámica y un nivel de compromiso asombroso dentro de una organización.

Como líder en una empresa cuya bandera es la tecnología, la innovación y la sostenibilidad, ¿cómo definiría su carrera profesional en la industria 4.0?

La tecnología y los mercados cambian, por lo que también debe cambiar nuestra oferta a los clientes. ABB siempre ha sido una empresa líder en el componente tecnológico con fábricas inteligentes que aplican plenamente el concepto 4.0. En ABB estamos avanzando mucho en la digitalización llevando nuestra experiencia tecnológica y soluciones digitales al mercado. Esto requiere habilidades claramente diferentes a las del pasado, especialmente en las áreas técnicas y de ventas.

Sabemos que para ABB los clientes son socios valiosos, ¿cómo afectó la pandemia la continuidad del negocio y qué cambios en la estrategia tuvo que implementar para seguir ofreciendo excelencia a sus clientes en Latinoamérica?

Hay algunos eventos que cambian el mundo y esta pandemia definitivamente cambió la forma de trabajar y servir a nuestros clientes en todas partes. Esta nueva configuración permanecerá en el futuro. Creo que ninguno estaba preparado al principio para afrontar esta situación pero la forma en que toda la organización se adaptó al nuevo escenario fue increíble. Aprendimos cómo dar continuidad comercial interactuando con nuestros clientes de forma remota, aprendimos cómo brindar capacitaciones técnicas sobre nuestros productos y soluciones a través de la web, también a cómo ejecutar pruebas

técnicas a distancia con nuestros clientes, etc. Esta pandemia también aceleró algunos proyectos importantes como la plataforma de comercio electrónico que lanzamos en 2020 para América Latina.

Aunque no estuvo relacionada con la pandemia, la creación de un Centro de Distribución Regional en Miami para centralizar todo el proceso logístico y stock de envío directo de los productos, es otra muestra de cómo llevamos excelencia a nuestros clientes en América Latina.

Estos son solo algunos ejemplos de lo que se ha hecho en los últimos años para dar continuidad al negocio y mejorar la eficiencia de nuestros procesos, brindando así un mejor apoyo a los clientes. Los excelentes resultados comerciales que hemos logrado durante los últimos 2 años en la región nos confirman que vamos en la dirección correcta.





Sandra Guazzotti

Vicepresidenta de Multi Country Región de Latinoamérica

ORACLE®

Sandra Guazzotti: La fórmula del éxito

La historia de Sandra Guazzotti es la de una mujer que fue escalando peldaños, superando retos e imponiéndose hasta ganarse un espacio de valor en la industria tecnológica. Para ella, el camino no podía ser más fascinante. Se licenció en Relaciones Internacionales en la Universidad de Tsukuba, en Japón, luego de haber estudiado Derecho en la Universidad de Buenos Aires. Más tarde obtuvo el diplomado en Alta Dirección del ESE en la Universidad de Los Andes, en Chile, y la certificación en Dirección de Compañías otorgada por el Instituto de Directores del Reino Unido. En 1999 se incorporó a la familia de Oracle como gerente regional de Financiamiento desde Argentina. Dos años después comenzó a desempeñarse como directora regional de Financiamiento para Latinoamérica y en el 2010 la nombraron directora regional del área de Financiamiento para Latinoamérica, Medio Oriente y África. Ya entre 2011 y 2014 asumió la gerencia general de Oracle Chile y entre 2014 y 2018 se desempeñó como directora regional de Financiamiento para Japón y Asia Pacífico, con base en Singapur. Más tarde como vicepresidenta de cuentas estratégicas para Japón, con base en Tokio. Actualmente ocupa la posición de vicepresidenta de Multi Country Región de Latinoamérica que incluye toda la geografía con excepción de México y Brasil. “Cuando me invitaron a unirme a Oracle me dijeron que en tecnología ningún día va a ser igual a otro y hasta ahora así ha sido. Es lo que me mantiene apasionada por esta industria después de más de 20 años de carrera. En esta industria donde las cosas ocurren muy rápido creo que la clave es estar dispuesta a aprender y reaprender constantemente”, dice.

¿Ser mujer matizó de alguna manera ese viaje?

Una de las cosas que me caracteriza es que yo nunca he sentido que no puedo hacer algo por ser mujer. Sin embargo, cuando comencé mi carrera inconscientemente fui adoptando un estilo de liderazgo más duro, más autoritario y con los años me di cuenta de que era por estar en una industria más masculinizada. Con el tiempo fui trabajando para reconectar con atributos que eran míos, pero había escondido, como la empatía, el liderazgo colaborativo y más democrático. En ese sentido, la visión de Oracle con respecto a la diversidad e inclusión y el apoyo que recibimos de la organización para realmente ser la mejor versión de nosotros mismos en el lugar de trabajo han sido fundamentales para ir reafirmando este estilo de liderazgo que me hace sentir más cómoda.

Hoy buscamos que más mujeres se interesen por la ingeniería, por la tecnología y la ciencia. Por supuesto que queda mucho por hacer y aún persisten brechas muy grandes de oportunidades, pero las mujeres han sido invaluable para los grandes avances en la ciencia y para la humanidad, por eso, no podemos desaprovechar el talento que reside en este 50% de la población, menos ahora que nuestros países necesitan más que nunca todo el talento humano para superar la crisis social derivada del Covid.

**¿Cómo es desempeñar el rol de líder en una empresa como Oracle?
Todo liderazgo conlleva desafíos. Oracle tiene en el trabajo en equipo la inclusión y diversidad uno de sus pilares estratégicos y eso facilita enormemente el desempeño de un líder.**

Este espíritu de la empresa genera un ambiente que propicia el respeto y brinda un justo desarrollo profesional para todos, asegurando que nadie

perda la oportunidad de ser parte de la organización por barreras físicas, económicas o sociales; o por realidades diversas. De esta manera, integrar la diversidad en una corporación permite comprender mejor a los clientes y sus necesidades, pues ellos también son diversos, además de incorporar miradas distintas, habilidades diversas y capacidades diferentes al desarrollo de las estrategias de las empresas. Quisiera concluir con que la inclusión organizacional representa grandes oportunidades para las compañías, y esto nos ayuda a construir nuestra visión de líderes porque ya está en nuestro ADN y nos permite trabajar con convicción en tres pilares (nuestra gente, nuestros clientes y el negocio) y va en línea con nuestro propósito: ayudar a las personas a generar posibilidades infinitas.

¿Crees que las mujeres son líderes innatas?

Creo que, como resultado de nuestro proceso de socialización, hay rasgos que diferencian el liderazgo femenino del masculino y esto no lo digo yo, sino que está documentado en diferentes estudios. Por ejemplo, el liderazgo femenino tiende a ser más participativo que autoritario.

Por otro lado, según reveló un estudio reciente de la revista Harvard Business Review, en el que se analizaron 60 mil evaluaciones a líderes antes y después de la crisis del coronavirus, las mujeres son consideradas líderes más eficaces. Al comparar las mediciones, la publicación encontró que la brecha entre la calificación positiva del liderazgo de hombres y mujeres creció aún más durante el 2020, lo que indicaría que estas son vistas como

mejor preparadas para atender este tipo de situaciones de crisis.

Sin embargo, no creo en las comparaciones negativas o la competencia entre hombres y mujeres por quién es mejor o peor, creo que somos distintos y el valor para las empresas está en que nos podamos complementar.

Incluir líderes mujeres en los equipos de trabajo trae grandes beneficios porque amplía las miradas. En 2019, la OIT realizó un estudio en el que se encontró que los negocios registran mayores rendimientos cuando emplean a mujeres en sus altos cargos. En este sondeo a casi 13 mil negocios en 70 países se encontró que el 60% se benefició del trabajo de las mujeres en puestos directivos no sólo en materia de ganancias, sino también en creatividad y reputación. Cerca de la tercera parte de las compañías encuestadas que promovió la diversidad de género en cargos directivos registró un incremento de sus resultados de entre 5% y 20%, un porcentaje que en la mayoría de las empresas osciló entre el 10% y el 15%. El 74 % de las empresas encuestadas que hace un seguimiento de las repercusiones de la diversidad de género en los puestos directivos comunica que ha visto incrementar sus beneficios entre un 5 % y un 20 %. Y para concluir le quiero mencionar que esta organización es liderada por una mujer, Safra Catz.

¿Cómo ha sido liderar equipos durante este tiempo de pandemia?

La pandemia ha acelerado cambios que ya eran tendencia hace algunos años, como el e-commerce, el teletrabajo, la educación a distancia, la telemedicina, la exigencia de una

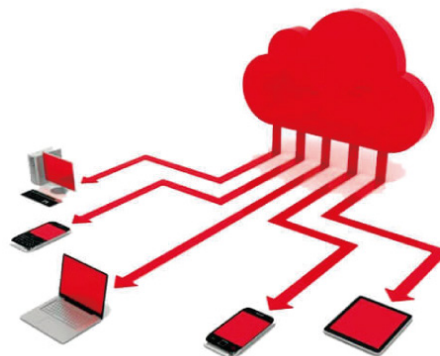
mejor calidad de vida, menos horas en la oficina, menos contaminación ambiental y, sobre todo, puso la vida humana como prioridad por sobre cualquier actividad económica. Nunca habría pensado que en un solo día podría estar dando una charla en una universidad de Valdivia, luego almorzar con mi familia, después tener una reunión con el equipo de Oracle en el Caribe, un foro sobre ciudades inteligentes en Colombia y a última hora estar conversando en el directorio de AmCham Chile. Pero, por sobretodo en este tiempo hemos ganado eficiencia y una nueva manera de forjar una mayor cercanía con colaboradores y clientes que antes no habría podido siquiera imaginar. Lo humano ha prevalecido y creo que esa es una gran lección. Y la tecnología increíblemente ha contribuido a esa conexión, a habilitar negocios, a llevar los colegios y la educación a las casas, a agilizar las consultas médicas y a trabajar desde cualquier lado.

¿Qué consejo le darías a las mujeres que van camino a liderar sus propios equipos de trabajo?

Que trabajen con un convencimiento absoluto de sus capacidades. Que crean en ellas. Que sean apasionadas y descubran su propósito en la vida. Que no tengan miedo a levantar la voz y a pedir lo que quieren y creen que merecen en el ámbito profesional y que busquen una red de apoyo que pueda ayudarlas a conseguir sus objetivos.

Las empresas necesitamos su talento, el trabajo y las oportunidades en tecnología están y estamos esperando a esas mujeres empoderadas que son capaces de transformar el mundo con creatividad e inteligencia sin límites.

ORACLE®





GoDominicanRepublic.com
f @turismoRD @gorepublicadominicana



República Dominicana
Lo tiene todo



Camilo
Cruz

Ser líder es asumir la responsabilidad total por nuestro éxito

Sin un minuto de retraso, Camilo Cruz se para frente a la pantalla de su computadora para comenzar la entrevista. Tiene la agenda llena, entre muchas otras cosas escribe su nuevo libro "Toda crisis es la semilla de un éxito mayor", entretanto, dice, siempre puede apartar un tiempo para hablar sobre el liderazgo, tema que le apasiona y que le ha permitido convertirse en emprendedor, asesor empresarial, conferencista y autor galardonado de más de 37 obras, muchas de ellas best sellers. En instantes Camilo Cruz elimina las distancias posibles, la frialdad propia de una entrevista vía zoom -tan común en estos tiempos de pandemia- y cautiva con sus palabras, hablar pausado pero firme y su sonrisa. Porque esa es la clave, afirma este colombiano radicado hace tantos años aquí en Estados Unidos, siempre sonreír.

Camilo Cruz le habla indistintamente a presidentes, líderes empresariales y gente común sobre liderazgo. Un concepto en constante evolución, que se adapta a las necesidades que en ese momento demanda la sociedad. Pero siempre hay algo una esencia inmutable. ¿Cuál es ese ingrediente?

El liderazgo es algo que no siempre resulta fácil conceptualizar pero, eso sí, es muy fácil reconocer. Así las personas no logren definir qué es liderazgo, siempre reconocen a un líder. Lo reconocen por su actitud, por su habilidad de no dar excusas, por asumir totalmente la responsabilidad del éxito que esté sucediendo o su capacidad de ayudar a otros a ver las cosas. Yo creo que ahí es donde está la clave: ver las cosas no como son, sino como pueden ser. Esa es una de las habilidades más poderosas de un líder. Para mí, el líder es como un faro de luz que le muestra a la gente el camino hacia donde todos conjuntamente queremos llegar. Su visión principal no se limita a pensar

en sí mismo. Para quienes tienen buenas habilidades comunicativas -o carisma- resulta muy fácil lograr que otros creen en ellos. Pero eso no marca la diferencia: lo que verdaderamente hace que alguien se convierta en líder es lograr que las personas creen en sí mismas. He logrado identificar un elemento en común en quienes son líderes: han entendido que primero tienen que aceptar 100% la responsabilidad por su éxito. Y solamente así podrán luego contagiarle a otros esa misma habilidad, ayudándolos a ver las cosas no como son, sino como pueden ser. Y a creer en ellas mismas.

Vamos a invertir la ecuación del liderazgo: ¿Puede existir un líder natural, reconocido por los otros como tal, pero que aún no descubre que tiene esa vocación, ese empoderamiento interno?

La verdad es que tengo dificultad con el concepto del líder nato. Nos han metido en la cabeza que el liderazgo se da de manera natural en algunas personas solamente. Y que si tú no lo tienes, pues mira qué lástima, qué bueno que hubieras podido ser, pero no puedes hacer nada porque naturalmente a ti no te tocó. Yo no creo en eso. Todos tenemos la capacidad de desarrollar el liderazgo en nuestras vidas, convertimos en líderes. Por eso yo defino al liderazgo como nuestra habilidad para aceptar el 100% de la responsabilidad por nuestro éxito. El liderazgo no te lo da una posición o cierto nivel de antigüedad en una empresa; no lo recibes por herencia o en una rifa. No, eres líder porque has decidido que eso es lo que quieres ser, aunque lo seas solamente en tu vida, en tu salud, en tus finanzas, en tus relaciones, en tu negocio. Es importante tener eso claro. Nuestro liderazgo aflora dependiendo de las circunstancias que enfrentamos. Sin duda hay cualidades, atributos, características que nosotros asociamos con un líder: visión, buenas capacidades



comunicativas, convicción, disciplina –aunque no todos los líderes son disciplinados- persistencia, capacidad de motivar a los demás. Todas esas son habilidades que adquirimos y desarrollamos, no son talentos que parte de nuestro ADN. Hay quienes sentencian “nunca podrá ser líder porque tiene pánico de hablar en público” A ellos les digo: si hablar en público hubiera sido la varita de medición para saber qué tan lejos Camilo Cruz llegaba en la vida, pues nunca estuviera haciendo lo que hago. Cuando empecé me temblaban las manos, me ponía colorado, se me olvidaba todo. Tenemos que entender y apreciar que todos, sin excepción, podemos desarrollar esas habilidades.

¿Qué ocurre cuando el líder pierde la empatía con su entorno? ¿Es posible ser un líder individual, pero no colectivo, algo así como separar las aguas?

No quiero antagonizar contigo, pero lo cierto es que cuando miras es solamente uno. Un individuo que tenga la capacidad de influir en una colectividad es distinto, pero el líder es un individuo, por tanto es indivisible. No puede ser líder de un equipo si no comienza siendo el líder de su propia vida, de lo contrario se está engañando. La única manera de que pueda lograr un efecto, una influencia en la colectividad es que perciba su liderazgo como algo genuino, auténtico, que refleje su visión, su propósito de vida, pero siempre colocando a los demás en primer lugar. Cuando las personas lo perciben están dispuestas a dejarse influir. Pero, en el momento en que sientan que solamente está interesado en sus metas y lo que le conviene, inmediatamente se acaba su poder. El líder es un porrista, un director técnico que trabaja por y para su equipo. Vuelvo a la metáfora del faro de luz: imagina un faro en el puerto irradiando su luz. Ahora mira a tu alrededor: también hay gente, barcos, nubes, un inmenso mar y el faro es apenas un elemento más, chiquitito, comparado con toda esa abundancia que existe. Sin embargo, desde esa pequeñez, desde ese rincón donde está, es el faro con su luz quien guía a esos barcos de manera segura hacia el puerto.

Ahora, parafraseando una de sus frases favoritas: ¿Cómo hacer que

esas cosas sucedan, por ejemplo, dentro del ámbito laboral? Tal vez es buena idea que los líderes refresquen algunas notas básicas.

El líder tiene que desempeñar distintos papeles al mismo tiempo, si quiere traducir en acciones concretas la claridad de los objetivos que se trazó su equipo. Sigue siendo líder, eso no cambia, pero también se pone el sombrero de administrador, de gerente. Debe tener una visión a largo plazo mientras atiende las necesidades del día a día. Para hacerlo es fundamental desarrollar y aplicar ciertas destrezas que conducirán a ese camino, lograr que las cosas sucedan. La primera de ellas es delegar. Un buen líder admite que no puede hacerlo todo. Se equivoca quien erróneamente cree que la mejor manera de mostrar su liderazgo es asumir la postura del “me tocó a mí, voy a tener que hacerlo yo porque sino nadie lo hace”. Lo que está demostrando es que no confía en las habilidades de los demás, sino en su propia capacidad, vulnerando una regla de oro del liderazgo: lograr que las cosas se hagan a través del esfuerzo de todo el equipo. Segunda destreza necesaria: Reconocer las habilidades y los talentos de cada miembro de su equipo para sacarle el mejor provecho colectivo a todos los recursos disponibles. En la época de las cavernas los equipos eran pequeños y el objetivo era bien claro: comer, sobrevivir al final del día. El que era jefe era el que mejor visión tenía. Nadie le cuestionaba sus decisiones o se quejaba de no poder avanzar; todos estaban de acuerdo por una sencilla razón, porque al final del día había comida para todos. En la actualidad los equipos son terribles, enormes y todos tienen los mismos títulos. Se deben sentir espectaculares, pero compitiendo todo el tiempo. Se perdió el concepto de mirar la colectividad, trabajar como equipo y es necesario retornar a ese axioma fundamental de que cada quien representa al equipo y lo que le sirve a uno, le sirve a todos.

No quiero cerrar esta entrevista sin que hablemos del 2020. Muchos han preferido decir que ese año ni siquiera existió. Otros lo asocian con oportunidades. ¿Qué lecciones quisiera Camilo Cruz que las personas asocien con el 2020 y el liderazgo?

Sabes, estoy trabajando en un nuevo libro “Toda crisis es la semilla de un éxito mayor” y está basado en el 2020. Porque una de las cosas que hizo el año pasado por todos nosotros fue crear situaciones que potencialmente podemos identificar como oportunidades para crecer, conocernos mejor, explorar otras áreas de nuestra vida, incluso aprender a reconocer otras habilidades que no conocíamos. Nos dio una oportunidad espectacular obligándonos simplemente a que la viéramos. Por mucho tiempo las personas sabíamos qué debíamos hacer o las empresas cuáles procesos implementar para obtener mejores resultados; sin embargo no nos atrevíamos porque implicaba mucho riesgo y no era necesario asumirlo porque podía terminar peor. El 2020 nos quitó todas esas excusas y nos dijo, ¿sabes qué? O lo haces o lo haces. Nos mató todas las vacas –a las excusas las llamo vacas- y nos dijo: ¡dale!. Ante eso teníamos dos opciones: cruzamos de brazos y no hacer nada -como le pasó a mucha gente que sigue dormida esperando volver a la normalidad para asumir su responsabilidad- o hacer lo que teníamos que hacer, entender la crisis como una oportunidad para aprender algo positivo. Siempre digo que hay tres maneras de salir de una crisis: mejor de lo que entraste, peor o igual. Si esas son las tres opciones que tengo, definitivamente no quiero salir peor. Y salir igual en realidad significa que estoy peor, porque el mundo siguió avanzando y me quedé atrás. La única opción que vale la pena es buscar salir mejor. Qué puedo aprender de esta situación de manera que, en otro momento pueda responder mejor ante escenarios similares. El 2020 nos enseñó a reconocernos, descubrir de qué madera estamos hechos y cómo respondemos ante situaciones que la vida nos presenta. Entendiendo que las crisis no son castigos divinos ni reprimendas del destino. Suceden porque son parte de la vida. No será ni la primera ni la última, pero solamente nosotros somos los que sabemos cómo podemos salir de situaciones mejor de lo que entramos a ellas. Y esa es una lección fundamental de liderazgo.

VALOREO FORTALECE SU CRECIMIENTO EXPONENCIAL



Hernán Kazah

Cofundador del fondo y de mercado libre

Valoreo es un equipo internacional, conformado por expertos de diversas profesiones dedicados al comercio electrónico, cuya misión principal se asocia con el desarrollo y adquisición de marcas, además de consolidar alianzas con los mejores emprendedores del área en América Latina, con la finalidad de asegurar el crecimiento del negocio.

Recientemente, Valoreo anunció la incorporación del empresario Hernán Kazah como Miembro del Consejo de Administración de Valoreo, emprendedor responsable de haber impulsado numerosos negocios en Latinoamérica, siendo uno de los más reconocidos Mercado Libre, cofundada por él, así como Kaszek Venture, la cual es una empresa que opera principalmente en el sector TIC;

enlaza con contactos clave, proyectos, accionistas y noticias relacionadas, entre otros. Algunos temas relacionados con sus competencias son programación, capital privado y gestión de activos, desarrollo de proyectos, redes sociales, bases de datos, servidores de aplicaciones.

Una de las funciones que cumplirá Kazah será la de proporcionar visión, innovación y orientación a Valoreo, rol garantizado gracias a su reconocido perfil y vasta experiencia, destacándose la adquirida en Mercado Libre, donde se desempeñó durante doce años y cuyo valor actual está estimado en unos 80.000 millones de dólares.

Kaszek Ventures potencializará la estrategia por los próximos años para convertir a la empresa mexicana en el

jugador más fuerte dentro del comercio electrónico, y el más rápido y rentable de Latinoamérica.

Cabe destacar que Valoreo, a pocos meses de su lanzamiento, también concretó la adquisición de marcas líderes en Amazon en categorías como fitness, hogar y belleza, siendo que el modelo de negocios se enfoca en aglutinar y desarrollar el máximo potencial de marcas de comercio electrónico, a través de operaciones consolidadas en su infraestructura.

Con Kazah como Miembro del Consejo de Administración, aunado a la negociación que ha efectuado Kaszek en la empresa llevándolos a ser el principal inversionista, los fundadores de Mercado Libre redoblan su apuesta



VALOREO

por VALOREO. La empresa consolidará su expansión hacia Brasil, Colombia y Argentina, seguirá adquiriendo compañías agresivamente y añadirá más talento al equipo que actualmente está ya escalando las próximas marcas icónicas de Latinoamericanas del siglo XXI.

El momento es inmejorable y la oportunidad es fantástica: el crecimiento del comercio electrónico a pasos agigantados en la región, debido en buena parte a la pandemia, ha promovido una nueva generación de emprendedores creadores de marcas de comercio electrónico únicas y exitosa y parte de los objetivos de VALOREO es su compromiso a ayudarlos con recursos y conocimiento, a fin de alcanzar el siguiente nivel de crecimiento de sus emprendimientos, así como competir con jugadores globales.

El equipo fundador de VALOREO es conformado por 5 talentosos empresarios: Martin Florea, quien trabajó en Cevian Capital, el mayor fondo activista europeo; posteriormente en Hellman & Friedman, fondo de capital riesgo; Stefan Florea, fue ejecutivo en Morgan Stanley, en el equipo de banca de inversión tecnológica; Alexander Grüll, destacado economista, inició su trayectoria en banca de inversión (Barclays) y trabajó en Blackstone; Cedrik Hoffmann, emprendedor en mercados emergentes y experto en finanzas y gestión de cadena de suministro, trabajó para Goldman Sachs en materia de M&A y Miguel Oehling, economista que en los últimos años ha fundado y potenciado decenas de start-ups, a través Rocket-Internet, como Expertlead.



Incubadora de **negocios** asistida Por inteligencia artificial

Incubadora de Negocios dirigida casi en su totalidad por inteligencia artificial. Sí, leyó bien. México lanza al mercado IFcubación, primer programa de incubación asistido por un consultor de negocios virtual el cual, gracias a la inteligencia artificial, permitirá atender a todos los emprendedores, micro o pequeños empresarios y startups de cualquier parte del planeta que deseen participar, con todo tipo de idea de negocio o actividad económica.

Además, será el primer proceso de incubación adaptativo en el que cada emprendedor tendrá un modelo totalmente adecuado a sus necesidades, etapa y perfil; es decir, todos los procesos serán diferentes. La orientación principal de IFcubación es el desarrollo de habilidades financieras y de negocios

en los emprendedores, de manera de lograr que sus propuestas cristalicen y colaboren con la reactivación de la economía local.

Durante más de 5 años, el Centro de Negocios y Emprendimiento Tecnológico de México, "CIGE México" ha ido afinando el acompañamiento de negocios de manera virtual, con el objetivo fundamental de desarrollar habilidades y capacidades financieras en todo aquel que tenga un negocio o que desee tenerlo, y que lo ayude a tomar mejores decisiones manera de contribuir a que los emprendimientos tengan una mayor posibilidad de sostenerse en el tiempo en el mercado.

IFcubación funciona como asistente virtual de negocios que sirve como soporte a los emprendedores, para que éstos puedan desarrollar capacidades y habilidades financieras, atendiéndolos a través de un programa

personalizado, que se adapta a las necesidades particulares, colocando a la disposición una analítica de datos, la cual permite visualizar el avance que cada emprendedor lleva dentro del programa.

El enfoque principal de IFcubación es el desarrollo de habilidades financieras y de negocios, así como lograr que los emprendimientos reactiven la economía local. En el horario escogido por el participante y sin necesidad de salir de su casa, trabaja con un consultor virtual situaciones concretas de su modelo de negocio, posibilidades de inversión, valor de mercado, posición estratégica y modelaje financiero, entre otros, los cuales serán evaluados y perfilados, para seleccionar, en esta oportunidad, los ocho mejores que recibirán capital en dólares, provenientes de un fondo de inversión propio.

Está dividido en tres categorías: emprendedor (5,000 dólares), mipyme (10,000 dólares) y startup (15,000 dólares). Además se realizan inversiones mínimas de 250 dólares a cinco proyectos por debajo de estas tres categorías.

Cualquier empresa tiene acceso a un modelo de incubación de seis semanas, así como herramientas que permitan a los emprendedores potencializar su negocio y acceder más fácil a capital. Es importante resaltar que quien lo desee o considere necesario, podrá regresar a los modelos las veces que requiera para perfeccionarlos.

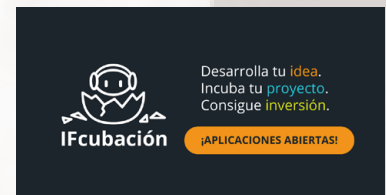
Cabe destacar que una incubadora de empresas está proyectada para ofrecer asesoría, financiamiento y apoyo técnico, entre otros, a aquellos que buscan desarrollar sus ideas de negocios. Muchas de estas incubadoras incluso colocan a disposición alquiler de espacios físicos, coaching, y su objetivo principal es propiciar la generación de negocios creativos e innovadores, así como

ayudarlos a crecer de forma segura y que puedan ser exitosos en el mercado.

Son numerosos los casos en que los emprendedores no poseen experiencia ni recursos financieros y en este sentido, las incubadoras también brindan el soporte adecuado.

Los equipos que conforman las incubadoras instauran ciertos criterios de escogencia de los proyectos que eventualmente pueden integrarse, como por ejemplo viabilidad técnica, económica y financiera, sector de actividad, calidad de los miembros del equipo emprendedor, así como la adaptación a los objetivos específicos de la incubadora.

En el caso de IFcubadora, establecida en México, en esta ocasión los ocho proyectos seleccionados recibirán el empuje, apoyo y soporte con inteligencia artificial, para que los emprendedores que presentaron sus ideas de negocio alcancen la meta prevista, según el plan inicial establecido.



SOLUCIONES PARA INDUSTRIA Y MINERA



SEGURIDAD



HERRAMIENTAS



ABRASIVOS



SOLDADURA



IZAJE



SUJECIÓN Y
ACCESORIOS
NEUMÁTICOS



GRASAS Y
LUBRICANTES



MATERIALES
ELÉCTRICOS



RECUBRIMIENTO



EQUIPOS DE
MEDICIÓN

Tel: 392-0202
ventas@protek-corp.com
www.protek-corp.com



Protekcorp

PROTEK
CORP

Kavak se convierte en el primer unicornio mexicano

Kavak es una plataforma de compra-venta de automóviles que 4 años después de su fundación ha logrado alcanzar una valoración superior a los 1.150 millones de dólares. Esto la ha colocado en el estatus de unicornio en México, nombre que se le otorga a las compañías cuya valoración supera los 1.000 millones de dólares. Se trata de la primera empresa mexicana en alcanzar este estado.

Los humildes comienzos de Kavak

Kavak, fue fundada en 2016 por los emprendedores Carlos García Ottati, Loreanne García Ottati y Roger Laughtlin. Su fundador decidió emprender en este sector luego de haber pasado por una mala experiencia a la hora de comprar un auto seminuevo. Esto lo motivó a investigar las posibilidades en el sector y la manera de ofrecer una solución a esta problemática. a lo largo de su historia, Kavak ha tenido la ambición de expandirse a América Latina. Esto la ha llevado a adquirir compañías como en Argentina y Brasil, buscando expandir el negocio y llevar a cabo una solución a tantas personas que buscan el auto de sus sueños.

Su estrategia centrada en la experiencia del usuario

Desde la idea inicial, luego de la experiencia de su CEO, el foco siempre estuvo en ofrecer una solución a los problemas a los que en ese momento se enfrentaba a cualquier persona

que necesitara comprar o vender un auto seminuevo. Seguridad, confianza, eficiencia, rapidez, son algunas de las palabras que definen el modelo de Kavak. Un modelo que se ha visto fortalecido por el reacondicionamiento de los vehículos.

Un cambio de panorama provocado por el Covid-19

Según Carlos García, la pandemia del Covid-19 ha provocado que las personas prefieran utilizar su auto propio, antes de utilizar el transporte público. Esto, dadas las ventajas que supone estar aislado fuera del contacto con extraños en tu auto propio. Es por ello que un auto seminuevo se ha convertido en una excelente alternativa.

Próximos pasos para Kavak unicornio Mexicano

La ambición de Kavak por lograr ofrecer soluciones a la mayor cantidad de personas posible, los sigue moviendo una expansión hacia otros países de América Latina. En el 2020 iniciaron operaciones en Argentina, y recientemente en Brasil. Esto sumado al crecimiento que han tenido en el último año en México, iniciando operaciones en distintas ciudades como Puebla y Monterrey. El futuro de Kavak parece tan prometedor como sus inicios y seguirá haciendo historia en el sector automovilístico.





YEMA ES COMIDA SALUDABLE A PRECIO SUSTENTABLE

Angela Ursic, emprendedora mexicana, amante de la tecnología y con mucho interés en desarrollar proyectos de impacto social, detectó la oportunidad de experimentar en un interesante nicho: Comida saludable a precio sustentable, modificando la forma de comprar y consumir en México, de que se haga más sostenible.

Así nace Yema, cofundada por Ursic junto a sus socios Laurene y René, ofreciendo 50 productos de su propia marca para el momento de su lanzamiento.

Señala Ursic que construyeron desde cero todos los sistemas que usan para el e-commerce y la información de los productos que desarrollan. "Tuvimos la suerte de convencer a inversionistas, para que apostaran en algo que solo era una idea plasmada en una hoja de papel", comenta con entusiasmo.

Llegada la pandemia, Yema modificó su modelo de negocios ya que el principal canal de ventas de sus 50 productos era en tiendas; reforzaron su plataforma en internet lo que les permitió atender a su gran cantidad de usuarios, multiplicados rápidamente.

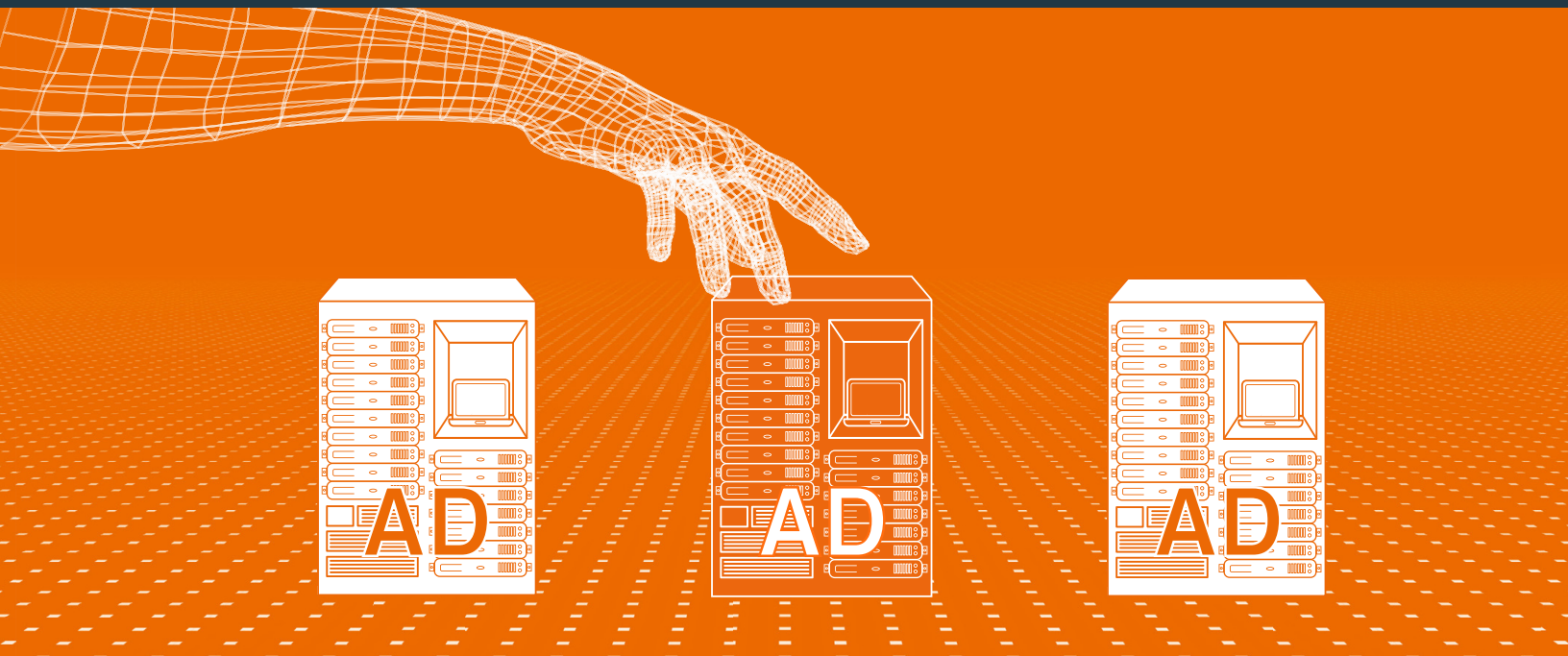
Ángela Ursic comenta que "al comenzar con Yema no pensaba tanto en cómo impacta mi género en todo lo que hago y lo que podía hacer. Dos años y medio después, me doy cuenta que juega un rol", comenta Ursic, añadiendo que "como mujer sentada en una mesa junto con inversionistas potenciales sigue habiendo algo que cambia".

Con respecto a la proyección de Yema, Ángela detalla que entre los planes figura seguir abriendo tiendas, pero principalmente darks store en las que no habrá gente que entre a piso de venta. "Serán lugares para centros de entrega de pedidos en línea; además, hace poco tiempo cerramos una ronda de inversión serie A de 3 millones de dólares".

Finalmente, esta emprendedora mexicana recomienda a las mujeres interesadas en emprender "estar seguras de sí mismas y ponerse muy firmes en cualquier decisión y soñar en grande".



FINALMENTE, UNA FORMA EFICAZ DE PROTEGER EL DIRECTORIO ACTIVO



Evita que los atacantes obtengan la información del Directorio Activo.

Prevenir de manera confiable el acceso de un atacante al Active Directory (AD) es fundamental. Desafortunadamente, el AD es un sistema complejo y, por naturaleza, no es fácil blindarlo. El desafío se complica aún más cuando se consideran los ataques internos.

La solución ADSecure de Attivo Networks hace lo que ningún otro control de seguridad puede hacer al:

- Ocultar eficientemente los objetos reales del Active Directory
- Detectar las consultas maliciosas iniciales contra el AD y bloquearlas
- Devolver información errónea para interrumpir el ataque.
- Capturar la telemetría y la intención de los atacantes

Todo esto se logra sin tocar el Active Directory de producción ni interferir con las operaciones habituales. Obtenga más información sobre ADSecure y regístrese para una prueba gratuita de 90 días escaneando el código de abajo.



PUJOL, ENTRE LOS 50 MEJORES RESTAURANTES DEL MUNDO



En el año 2006, el chef Enrique Olvera inaugura su primer restaurante en Ciudad de México; allí se disfruta de un concepto modernista, basando su carta principalmente en la comida confeccionada con productos tradicionales mexicanos, tales como el maíz, frijol o mole, yendo en conjunto con la exploración de referencias locales, aprovechando técnicas ancestrales.

En 2015, Pujol ocupó el puesto número 16 dentro de los 50 Mejores Restaurantes del mundo, ranking en el que ha figurado durante 8 años consecutivos, ascendiendo peldaños en cada oportunidad. Cinco años más tarde, inauguró el Taller Enrique Olvera, centro de investigación y difusión gastronómica, y el Enrique Olvera Catering, servicio de banquetes a domicilio. Para el año 2008 incursionó en el concepto de lonchería gourmet con ENO, en Lomas de Chapultepec.



Pujol, además de ser reconocido internacionalmente por su “haute cuisine”, que involucra un minucioso proceso de elaboración en sus alimentos, cuida hasta el más mínimo detalle en su ambientación, contando con una exquisita decoración, apoyada en una inigualable iluminación.

Comenta Olvera que “los primeros años estuvimos buscando nuestra identidad en libros, revistas, internet... creíamos que viendo hacia afuera entenderíamos. Nuestros ingredientes principales –chiles, frijoles, maíz-, nos llevaron a nuestras raíces y a entender quiénes somos y qué debemos ofrecer”.

Cabe destacar que el chef Enrique Olvera titulado con honores por The Culinary Institute of America, en Nueva York, es autor del libro “La nueva cocina mexicana” y coautor de Las mejores recetas de los Tops Chefs de México.





LA CONDICIÓN DE LÍDER ES UNA MARCA PERSONAL

Por: Dr. Vladimir Estrada

PhD. Académico, Mentor profesional internacional, Consultor de Marca Personal. Embajador de la Red Global de Mentores en la República Dominicana, Escritor y Blogger.

El liderazgo es uno de los conceptos más estudiados de la historia humana: no es posible imaginar la evolución de nuestra especie ni nuestro avance como sociedad, desde la prehistoria hasta hoy, sin la existencia de líderes.

Pero este artículo no analiza historia, sino liderazgo. Preguntémosnos algo: ¿Qué condiciones deben existir para que surja y se manifieste un líder?

La respuesta, si bien sencilla, es atemporal y trascendental: seres humanos compartiendo un contexto, un momento y una situación determinada, cuyas evoluciones requieran determinado grado de dirección. En principio, no hace falta nada más, porque todo lo demás dependerá del contexto, el momento y la situación.

Según cuáles sean estos, habrá retos que vencer, sea para mantener o para transformar: de ahí nace una misión y unos objetivos. En función del grupo humano, sus características, y la cultura del contexto, existirá individualmente cierto sustento moral, intelectual, profesional, experiencial y espiritual para los comportamientos y desempeños: esos son los valores, que podrán ser compartidos de acuerdo al consenso y al compromiso que se logre establecer acerca de ellos. Y también con base en el ser colectivo y sus aspiraciones, se visualizará un horizonte de logro hacia el cual transitar como grupo en un plazo dado, necesariamente conectado con aspiraciones clave de los individuos que lo integran: esa será la visión.

Entre otras acciones, el líder deberá catalizar y guiar el surgimiento de expresiones colectivas y consensuadas de estas categorías (el proyecto organizacional), y el surgimiento o reforzamiento de los

motivos asociados a ellas (motivación); la generación colectiva e individual de los compromisos necesarios para materializarlas (implicación); la asunción de las creencias y los valores compartidos como el modo colectivo correcto de ser y obrar (cultura organizacional); el trazado de las rutas hacia el éxito (estrategias); el avance del grupo hacia sus metas (ejecución); la modelación práctica del nivel esperado y la inspiración para lograrlo (mentoría y ejemplo personal); el seguimiento sistemático al proceso y su mejora continua (supervisión desarrolladora); y la aplicación del sistema de consecuencias, con base en los resultados y la contribución de cada quien (gestión del talento y del cambio).

En cada una de estas áreas de acción e impacto, el líder deja huellas propias, asociadas a dos elementos diferentes, pero muy conectados: autoridad e influencia. Como he planteado antes, “La influencia es la acción atrayente, estimulante, motivadora, generadora de adscripción, movilizadora, y eventualmente transformadora que ejerces sobre tus públicos de modo creciente, según vas cumpliendo la promesa implícita (y/o explícita) en tu propuesta única de valor. La autoridad es el ascendiente que te ganas ante tus públicos (escucha activa y constante, respeto, valoración positiva, confianza, distinción, preferencia, admiración, seguimiento, defensa y promoción de tu marca) mientras la cumples, y sobre todo, tras haberla cumplido” (Estrada, 2020). Y si hace bien su trabajo y va cosechando los frutos esperados, durante el desarrollo de esta espiral virtuosa irá creciendo y consolidándose en la mente colectiva del grupo una convicción: él o ella es la persona adecuada para conducirlos al éxito.

Tal poderosa combinación de autoridad e influencia, con su mutuo y progresivo reforzamiento, va deviniendo el concepto que representa al líder en cada una de esas mentes. Marca y se posiciona en ellas como la persona a creer, seguir y apoyar, a quien acudir por soporte práctico y emocional, en quien confiar y con quien comprometerse por las metas de todos y de cada uno, ante quien rendir justa cuenta por los resultados, y de quien esperar siempre el estímulo y apoyo práctico, refuerzo motivacional y compañerismo necesarios para producirlos, avanzar y crecer.

Según el Diccionario de la RAE, marcar es dejar huella moral en otras personas. Y

como ha sido demostrado durante las dos últimas décadas, las personas dejamos una marca única a nuestro alrededor, basada -desde el modelo con que la trabajo-, en tres dimensiones clave: lo que somos como personas y profesionales, lo que hacemos en nuestros comportamientos y desempeños, y lo que logramos (resultados) combinando las dos anteriores. Todo ello genera y constituye la marca personal que somos, la cual produce un determinado impacto en nuestro entorno humano; y dependiendo de diversos factores, evolucionará a trascendencia.

Como seguro aprecias, esa es también la lógica del liderazgo. Así funciona la condición de líder; así nace, crece, impacta, transforma, y puede trascender, la marca personal que es todo verdadero líder.

Pero hay un “detalle”. Cada persona es diferente a otras, y cada grupo, distinto a otros grupos. Inclusive, una misma persona o grupo pueden ser y actuar diferente en momentos y situaciones distintas, según lo que estas les demanden, y las necesidades que ellos deban satisfacer para generar sus respuestas. Y en cada caso, el líder deberá apoyar tal generación (y su puesta en práctica), de acuerdo a las necesidades y características de la persona o del grupo, no de las suyas; en otras palabras, debe adaptarse al contexto, nunca forzarlo a que se adapte a él.

Porque el liderazgo es un acto de servicio a los demás, prolongado en el tiempo hasta ser un proceso. Y la inteligencia adaptativa, que debe caracterizar al líder tanto como la emocional y la social, propicia que su marca personal de liderazgo emerja e impacte a partir del modo en que él se adapte y actúe como servidor genuino del grupo al que lidera, y que sea una entidad única, dinámica, pertinente a la evolución de las circunstancias que durante ese tiempo se presenten.

¿Conclusión? Obvia. Como he expresado antes, es imposible ser un líder sin marca personal, porque la condición de líder es una marca personal.

¿Sabes si es la tuya?



🌐 <https://profesorestrada.pro/>

✉ Dr.VladimirEstrada@protonmail.com

📍 ¡Global!



LIDERAR ES JUGAR JUEGOS GRANDES

Por: Arianna Martínez Fico

Consultora de Cabecera, coach y conferencista internacional, con más de 20 años de experiencia acompañando personas y organizaciones en sus procesos de transformación.

Hablar de liderazgo es un gran desafío, se ha dicho y escrito tanto al respecto que es difícil no caer en lugares comunes. Para mí, liderar es un juego serio, el de atreverse a crear mundos a los que otros quieran pertenecer o, dicho de otra manera, de inventar juegos en los que muchos quieran jugar.

Para los humanos -como especie gregaria- el juego nos es inherente como forma de convivir, desarrollarnos, generar cultura, expresarnos y, muy especialmente, aprender.

El Covid19 vino a enrostrarnos cómo el estado del arte en medicina, lo que sabíamos y había funcionado en el pasado, fue insuficiente para evitar una pandemia de dimensiones globales. Lo que no podemos permitirnos es no aprender. Un mundo cada vez más frágil, líquido, complejo, no lineal e incomprensible, demanda del liderazgo la invención de nuevos juegos, el cuestionamiento de las reglas y prácticas con las que hemos venido jugando, así como la capacidad de inspirar juegos relevantes -de esos que dejan huella bonita en el mundo y aportan valor a sus stakeholders-, y generar las condiciones para que florezcan jugadores talentosos, atrevidos, autónomos, poco convencionales, que estén dispuestos a dejarse la piel en la cancha por el solo placer de jugar. Esos, a los que Simon Sinek (inspirado en la distinción de James Carse) llama los juegos infinitos, en contraposición a los juegos finitos.

En los juegos finitos los jugadores se conocen, hay reglas fijas y un objetivo

acordado que, al ser alcanzado, acaba el juego. Siempre hay ganadores y perdedores, y existe un principio, un desarrollo y un fin. Ajedrez, fútbol, tenis, son ejemplos de juegos finitos. Los juegos infinitos, al contrario, son jugados por jugadores conocidos y desconocidos, no hay reglas exactas o acordadas, puede haber algunas normas que rijan el comportamiento, pero dentro de los márgenes los jugadores tienen libertad para actuar como quieran, incluso romper las reglas. Tienen horizontes temporales infinitos y como no hay un fin práctico del juego, no se puede ganar, el objetivo principal es seguir jugando y perpetuar el juego. La familia, la amistad, la carrera profesional son juegos infinitos donde no hay vencidos ni vencedores, no se puede llegar primero, el gran juego es estar en el juego. Sinek sostiene que el juego empresarial es claramente infinito ya que no es posible conocer a todos los jugadores, en cualquier momento aparecen jugadores nuevos y cada uno define sus estrategias, no hay reglas fijas, así como tampoco principio, desarrollo y fin. Siendo infinitos, muchas veces nos jugamos con mentalidad finita el juego de la vida, del amor, de los negocios como si fueran juegos de ganadores y perdedores.

Si buscamos entender algunas historias de éxito de empresas como Apple, Netflix, Amazon, Google, Starbucks, nos daremos cuenta de algunos puntos de coincidencia: empezaron como microemprendimientos, no hay recetas (lo que funcionó para algunas, no funcionó para otras), lograron mirar anomalías donde otros veían normalidad, irrumpieron en el mercado con una oferta disruptiva que se hacía cargo de dichas anomalías, experimentaron y se equivocaron y aprendieron de ello, se cayeron y levantaron varias veces, sus líderes estaban absolutamente enfocados en el juego que estaban jugando y, lo más importante, lo lograron en equipo.

No creo que existan fórmulas para desarrollar el mindset del juego infinito,

pero me atreveré a mencionar algunos componentes que considero esenciales:

- Consciencia, atención plena para poder mirar más allá de lo obvio, escuchar lo que subyace o quiere emerger y poder distinguir qué tipo de juego estamos jugando.
- Profundo amor a las generaciones futuras. Conexión con un propósito noble.
- Capacidad de inspirar y convocar a otros en la co-construcción de un proyecto trascendente.
- Humildad para aprender con otros y de otros.
- Abrazar la incertidumbre como parte de la aventura de la vida. Asombro y curiosidad.
- Cultivar redes y más redes colaborativas.
- Disrupción para salir de la complacencia cómoda y atreverse a desafiar el statu quo.
- Construir comunidades/equipos virtuosos, en los que prevalezca la confianza, el aprendizaje y la colaboración. Los juegos grandes se juegan con otros.
- Agilidad como capacidad para moverse y cambiar de dirección rápidamente y con flexibilidad para aportar más valor.
- Valentía, saber cuándo y cómo usar el poder para hacer lo correcto que no siempre es lo más placentero, gratificante en el corto plazo o popular.

La vida clama a gritos, especialmente en las organizaciones de América Latina, un liderazgo disruptivo que convoque juegos más grandes que nosotros mismos, esos por los que estamos dispuestos a entregar la vida en el juego.



PANORAMA ECONOMICO DE MÉXICO POST COVID

Por: Francisco J D´ Angelo Ohep

Abogado venezolano exiliado en México, egresado de la Universidad Santa María, con Maestría en Derecho de los Negocios Internacionales por la Universidad Iberoamericana de Ciudad de México, Director de Inmobiliare & Co. Big Capital Funding en México, LH & S Miami, USA. Isla Group LA, USA. Experto en inversión extranjera y asesor de diversas compañías internacionales. También es Director Legal de la Asociación de Venezolanos en México ONG que se encarga en ayudar a los refugiados venezolanos. Columnista de diarios mexicanos, colaborador del programa Sin Filtros México con Maibort Petit y Carlos Ibarra, autor del libro Democracia vs Totalitarismo, 2003. Caracas-Venezuela.

pocos están en Verde. A la población sólo le quedan dos alternativas: morirse de hambre o de COVID 19.

Grandes cambios se han visto en México, desde la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte en 1994, hasta hoy. Un año después de la pandemia, cuando se visualiza la era post COVID, este gigante país posee una gran cantidad de gente trabajadora.

Como parte del Norte de Latinoamérica, está lleno de emprendimientos, pymes, transnacionales y megaempresas internas, que compiten local e internacionalmente. Para un empresario o un emprendedor, México es lo que sería en Estados Unidos, las Vegas para un apostador, o Manhattan para un arquitecto.

Definitivamente los contrastes son impresionantes y el nivel de desigualdad de ingresos, de las diferentes formas de supervivencia, puede llegar hasta el realismo mágico que solo en nuestros países se observa. Pero no deja de ser fascinante la manera como un país de estas dimensiones ha logrado tal nivel de desarrollo económico, con tanta gente fuera del sistema productivo formal.

Además, por su ventaja geográfica, México sufre de constantes presiones, tanto de migrantes de Centro y Suramérica, como del resto de los países del mundo; algunos en tránsito a USA y otros que desean quedarse en este país. El mexicano por su parte es receptor de inversión y de migrantes y a los nacionales en su mayoría les gusta este fenómeno, les coquetea, les seduce porque saben muy bien que México tiene una fuerza cultural ancestral que termina por enamorar a quien lo vive. Por eso terminan cambiando su realidad, adaptándose a las costumbres

mexicanas y, en muchos casos, defendiendo al país, más que una persona nacida en su territorio.

A muchos emprendedores, empresarios constituidos, curtidos y probados en muchas plazas, además de estudiantes de todo el mundo, México les llama la atención, desean domarlo, para formar parte de su velocidad económica y gozar de esas mieles y manjares, que se manifiestan en sus diversos tipos de gastronomía, cervezas, mezcales y tequilas locales.

Pero no es nada fácil, México es un territorio donde los grandes empresarios juegan y fuerte, las estructuras del país no dan ventajas al emprendedor mediano ni chico. Los tiempos de registro de una compañía son aproximadamente de un mes, a un costo mínimo de mil dólares; los procesos migratorios son costosos, una visa de trabajo puede tardar varios meses y costar mil dólares, el registro de marca puede costar unos 250 dólares, pero, contratando a un despacho de abogados expertos, no baja de 500 dólares. Los trámites fiscales son costosos y se han visto, como todo, aletargados por la pandemia. Hay grupos establecidos de empresarios chicos, medianos y grandes, también sindicatos e inversionistas con bolsas llenas de dinero que pueden imitar tu negocio, desarrollarlo más rápido y con más sucursales o presencia nacional, lo que se traduce en una fuerte competencia o en barreras creadas por los empresarios establecido y el gobierno, contra la competencia.

Conversando con un Gurú del marketing mexicano Yhetro Jiménez Ordóñez CEO de YM Marketing, nos comentó: "Después de 2020 se vive un cambio donde el dinero cambió de manos, siento que el dinero

México es uno de los hermanos mayores de los países Latinoamericanos, con un impresionante PIB de 1,269 billones de dólares para 2019; en los últimos 30 años sus exportaciones han subido de 21 billones a 400 billones de dólares y poseía un intercambio comercial con Estados Unidos de 614 billones de dólares para la misma fecha. Actualmente tiene 12 tratados de libre comercio con 46 países, 32 acuerdos para la promoción y protección recíproca de inversiones con 33 países, 9 acuerdos de alcance limitado en el marco de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI) y es miembro del Tratado de Asociación Transpacífico (TPP), Incluyendo el TMEC entre México, Estados Unidos y Canadá. Con 127.6 millones de habitantes, el país es un mercado enorme para todos los jugadores de distintos rubros del comercio.

Sin embargo, en 2020, la economía mexicana cayó un 8.5%, con un aumento del desempleo del 4,7%, ya que unos 2,8 millones de personas quedaron sin trabajo.

Aunque sigue siendo la economía número 15 del mundo, el gobierno apostó por cerrar temporalmente los negocios utilizando como modelo el del semáforo: Rojo, en el cual todos los negocios están cerrados, a excepción de los de primera necesidad. En este momento, el semáforo está en Naranja en Ciudad de México y algunos estados, muy



está híper valorado, nos enfrentamos a una realidad de constantes cambios. Mucha gente espera volver a la normalidad y no entiende que nunca más volveremos a ella. Es el momento de romper paradigmas, de ampliar nuestra visión, aprender rápido y trabajar inteligentemente; sobre todo de hacerle caso a la única persona que nunca nos va a fallar, y esa persona somos nosotros mismos. Aprendamos a disfrutar el trayecto, en lugar de obsesionarnos con el destino. Es en el trayecto donde nos damos cuenta de las cuestiones que verdaderamente valen la pena. Y así, en los negocios, se logra la resiliencia comercial”.

Por otro lado, estamos viviendo muchos cambios, el gobierno actual se dice progresista pero en realidad en algunos casos actúa muy neoliberal, por ejemplo no dio ninguna ayuda a las pymes durante la pandemia, esto ha hecho que más de un millón de negocios cierren sus puertas; las pymes son muy importantes en México, los números son contundentes, aportan el 52% de PIB, generan el 72% del empleo, más de 4,1 millones de las empresas en el país son PYMES, el 75% de las empresas son negocios familiares.

Según estos datos, es vital el apoyo gubernamental a esas empresas, muchas de ellas sobrevivieron de las remesas que envían sus familiares en USA, estamos hablando de 40 mil millones de dólares para 2020, un verdadero récord.

Por otro lado, el gobierno hizo que el congreso aprobara una reforma en materia de electricidad, lo cual cambia del modelo de cogeneración privado, a un modelo de centralización en la CFE (compañía pública de electricidad). La producción y distribución de la misma, eliminó 109 fideicomisos, eliminó ayudas a ONG y a

centros de cuidados para niños entre otras medidas poco populares, lo que muestra un retroceso a la apertura que logró el progreso de México en los últimos 20 años.

Actualmente, el asunto más polémico es la Ley de Outsourcing que está aprobando el Congreso de la Unión. Contactamos con un experto, el Ing. Luis Galindo González, quien es director de un Importante despacho fiscal mexicano “Business Compliance”, él nos explicó que la figura de la subcontratación ha sido explotada en México de forma indiscriminada, sobre todo para no repartir PTU o reparto de utilidades, ya que esto podría beneficiar el derecho de los trabajadores y evitar la evasión de impuestos.

Aunque el texto no ha sido aprobado en su totalidad, al parecer puede reglamentar de mejor forma esta práctica, y, si no se elimina por completo si no que por el contrario se reglamenta, puede ser beneficioso para las empresas.

A su vez, éstas son exigencias del TMEC, OCDE, GAFI, que estaban en deuda legislativa desde hace años para evitar las operaciones fiscales simuladas. La Unidad de Inteligencia Financiera ha realizado una labor importante en su lucha contra la evasión fiscal, el Ing. Galindo es optimista sobre el futuro de México y su cumplimiento fiscal. Así es posible que se dependa menos en un futuro de la deuda externa y las remesas, si se logran cobrar impuestos a tiempo y en forma, para evitar la evasión fiscal.

Igual que en casi todo el mundo, mucho dinero mexicano cambió de manos en un año, los más afectados fueron: líneas aéreas, hoteles, restaurantes, centros comerciales, inmuebles para renta o venta, construcción,

los sectores ganadores, tiendas por internet, logística, tecnología, cadenas de supermercados, medicinas, farmacias, telecomunicaciones, alimentos y cuidado para mascotas, equipos de computación, inmuebles de veraneo.

En la post pandemia se maneja una realidad económica adversa para muchas familias mexicanas, traducida ésta en una baja del consumo, una merma de los ahorros y un fuerte endeudamiento familiar. Tenemos una inflación anual del 4,67% (por arriba de la inflación del Banco de México, del 3%) y una inflación acumulada desde el 1 de diciembre de 2018 al 31 de marzo de 2021, del 9,3%. También se observa un incremento en los precios de la electricidad para hogares de menor consumo, de diciembre 2020 a abril de 2021, del 8,6%. La gasolina Magna aumentó 11.9% y el gas LP 5,21%. (Información ofrecida por INEGI y el análisis de Riesgo de México GC de Analítica-Grupo Coppan S. C.)

Para finalizar, es importante señalar que, a pesar de las adversidades, México es un gran país, con una gran fuerza cultural, humana, artística y de historia milenaria, por lo que se hace difícil creer que este país involucre en vez de avanzar; por el cúmulo de capacidades y conocimientos que tiene su gente, sus ciudades, su historia.

Aunque con enormes retos, sabemos que lo que va a hacer es transformarse, evolucionar hacia un mejor país, punta de lanza en Latinoamérica y el mundo. Sin duda los mexicanos están buscando su reacomodo, su propio camino y todos los que formamos parte de este bello país, estamos muy orgullosos de ello. No puedo decir más que: **¡¡¡Viva México!!!**



UN LÍDER... ¿NACE O SE HACE?

Por: **Ing. Rosangela Rodríguez Garrido**
CEO Programa "Escribe tu libro en 70 días"

Si, lo sé, este siempre será un dilema igual al de quien fue primero: ¿el huevo o la gallina? Hay textos y artículos que han dedicado miles de palabras para tratar de desenmarañar este enigma y, hasta la fecha, no se llega a una clara y concisa conclusión, pero si se hacen aproximaciones importantes en torno al impacto del líder en cualquier ámbito de su vida y la de quienes le rodean.

Cuando uno observa líderes políticos que han dejado una profunda huella en sus países y en el mundo, lo primero que debería hacer es investigar qué hizo ese líder para llegar a tener ese nivel de influencia, cómo logró construir ese liderazgo, si fue causal o situacional y si su permanencia estuvo relacionada al desarrollo de sus habilidades para transformar la realidad y mejorar la vida de sus liderados o solo a la circunstancia de tener el poder de las armas para usarlas a su favor.

Podría mencionar varios líderes que tuvieron el mismo poder en sus manos y cuyos logros se diferencian solamente, por el bienestar y progreso que generaron o el malestar y atraso en el que sumergieron a sus países. En este caso, estimado lector, sé que tienes en tu mente a varios ejemplos de uno u otro modelo, pero lo importante aquí es saber si ese líder nació líder o se hizo a punta de experiencias o estudios.

Lo mismo ocurre con líderes empresariales y/o emprendedores. ¿Estos nacen o se hacen? Suele suceder que, si por fortuna nos toca trabajar en una empresa

de corte familiar, es común ver que los hijos de los dueños serán los próximos gerentes o jefes, en cuyo caso, muchos gozan de ese privilegio no solo porque familiarmente les toca, sino porque desde niños han visto la empresa como parte de su vida y además se dedican a estudiar y formarse para ello, siendo así unos líderes excepcionales. Pero aquí también existen aquellos que llegan a esos cargos, no tienen la más mínima idea de cómo liderar y el cargo lo desempeñan desde la misma perspectiva del líder que usa sus armas contra el pueblo que lo eligió, es decir, se transforma en un líder autocrático y coercitivo porque no posee ni la ascendencia ni el carisma, los conocimientos y las herramientas para sumar intereses que promuevan en sus liderados la necesidad de crear valor con su trabajo.

Cuando reflexiono sobre este punto del líder que nace o el líder que se hace, al final siempre llego a la misma conclusión: efectivamente hay líderes que nacen y podemos verlo en los niños que desde pequeños llevan la voz campante en las actividades grupales. Son esos niños que asumen la responsabilidad de guiar, de hacer el trabajo más complicado, de organizar y, lo más importante, de hacerse responsables de los resultados. Ahora bien ¿qué pasa con estos niños más adelante?, si efectivamente era un líder, este niño seguirá formándose, incorporando experiencias a su vida desde el liderazgo intuitivo que fue forjando y se ocupará en fortalecer su línea de ascendencia sobre los demás con herramientas cada vez más avanzadas. Si su liderazgo fue circunstancial en la niñez, lo más probable es que se diluya y olvide.

En consecuencia ¿qué pasa entonces con los líderes circunstanciales o situacionales?, sí, esos que por una situación extrema deben asumir un liderazgo para el que no estaban preparados, por ejemplo, estos líderes que llegan al poder en algunos países a través de golpes de Estado y luego se niegan a entregar el poder o, por ejemplo el caso de los supervivientes de los Andes, donde algunos de sus sobrevivientes tomaron decisiones de vida o muerte

y, a partir de allí, decidieron formarse formalmente para transitar el camino de influir sobre los demás positivamente.

¿Cuál es la diferencia entre uno y otro? Y, definitivamente la respuesta es: la formación consciente para convertir realidades a partir del conocimiento, lo que les llevará, cada vez más, a buscar mejor información para cumplir su objetivo de transformar la vida de otros.

Un aspecto fundamental, no solo de los líderes sino también de cualquier persona, es que solo será capaz de dar lo que tiene dentro de sí, es decir, nadie es capaz de transformarse ni transformar si no posee los conocimientos y herramientas para hacerlo. Dos personas expuestas a un mismo acontecimiento tendrán mayor o menor capacidad de respuesta satisfactoria dependiendo del cúmulo de experiencias, información y resultados que hayan manejado a lo largo de su vida. Esto quiere decir que, si esta persona nació con el don del liderazgo, pero no se ocupó de fortalecerlo, difícilmente tendrá más herramientas que quien decidió formarse, estudiar, vivir experiencias de liderazgo y tener éxitos y fracasos.

Una invitación interesante que te haría para el cierre de mi artículo, sería que visualizaras en tu mente los líderes que voy a nombrarte y pienses si nacieron, si se hicieron o si nacieron y continuaron haciéndose a lo largo de sus vidas y cuál fue el resultado final de su paso por el planeta... ¿Te animas?, aquí vamos: Nelson Mandela, Steve Jobs, Adolf Hitler, Jeff Bezos, Papa Juan Pablo II, Margaret Thatcher, Ernesto "Che" Guevara, Walt Disney, Joseph Stalin, Oprah Winfrey, Marcelo Odebrecht, Madre Teresa de Calcuta.

¿A quiénes incluirías tu?



Formación
en
emprendimiento

Mujeres
ROFÉ 



Fundación ROFÉ
- Impulsamos ideas de impacto social -



Formación
en
tecnología



¡Si quieres
cambiar
el mundo,
**toca una
vida!**



Síguenos



www.tocaunavida.org



LOS CONEXUMIDORES Y SUS DIEZ CARACTERÍSTICAS CLAVES

Por: Andrés Silva Arancibia

Speaker en 20 países. Fundador de Flumarketing.com. Profesor visitante en Universidad Complutense de Madrid. Estratega digital, Autor y Consultor.

experiencia de cliente realmente es lo más importante para ellos.

Demandantes de atención, contenido y productos personalizados.

Los clientes ahora esperan más que un compromiso personal, también exigen compromiso en el momento adecuado, en el dispositivo correcto y con el mensaje correcto. También esperan una experiencia omnicanal verdadera e integrada. Esta forma de compromiso de próximo nivel introduce una era de lo que se conoce como “personalización extrema”, donde la experiencia del cliente superará al precio y al producto como el diferenciador clave de la marca.

Comparadores experimentados e inteligentes.

El escenario de la compra ha cambiado. El conexumidor diariamente convive con una multitud de marcas y productos, y dispone de tecnología digital que le permite estar conectado con acceso a información en todo momento. Este fenómeno ha modificado las reglas del juego. Ahora el poder ha pasado de la empresa al cliente. Los conexumidores son consumidores altamente informados, experimentados, todas características que los hacen ser más inteligentes y experimentados en sus compras.

Buscadores de comodidad

Con más compradores que prueban la experiencia en línea, los minoristas deben invertir más en la entrega a domicilio, porque la tendencia es hacia conexumidores cada vez más cómodos en sus compras. Las evidencias indican a los conexumidores como personas que están dispuestas a buscar y pagar por comodidad. No es una casualidad entonces que estemos siendo testigos de un enorme desarrollo en inteligencia artificial, robótica, 5G e internet de las cosas, todas tecnologías que harán de nuestras vidas mucho más cómodas de lo que podemos hoy imaginar.

Tienen un corto intervalo de tiempo de atención.

Según un estudio realizado en 2015 por Microsoft, la capacidad de atención de una persona promedio se redujo a ocho segundos, un segundo menos que la de un pez de colores. En una era de opciones ilimitadas, los conexumidores han desarrollado métodos muy agudos

para defenderse contra la sobrecarga de información. Se han vuelto altamente selectivos al contenido. Si bien esto podría significar que prestan poca atención (ocho segundos), al contenido que filtran, también significa que se involucran significativamente más tiempo con el contenido que dejan entrar. Por esta razón podemos ver maratones de varios días de series en Netflix.

Demandantes de rapidez en la atención y disponibilidad del producto.

La necesidad de velocidad fomenta nuevas e inteligentes formas de ofrecer un excelente servicio al cliente. Vivimos en un mundo acelerado y los clientes demandan un servicio mucho más rápido que en el pasado. Sin ir más lejos, la tolerancia de los conexumidores a los tiempos de espera es cada día más baja. Si no obtienen lo deseado dentro de sus plazos, fácilmente se cambiarán de proveedor.

Premiadores de las marcas que superan sus expectativas y los sorprenden.

Proporcionar una gran experiencia al cliente no es suficiente en estos días. La empresa de hoy tiene que ser capaz de superar las expectativas del conexumidor. Compañías como Amazon, Apple y Netflix siempre están intentando superar sus límites para así sorprender a sus clientes.

Valoran los procesos que son fáciles e intuitivos.

Hacer de la experiencia de usuario una gran experiencia, implica también centrarse en la facilidad de compra. Lograr que sea tan fácil como sea posible para que la gente compre desde una aplicación. Mientras menos pasos tomen los usuarios para comprar desde una aplicación, más fácil será el proceso de compra y más probable será que regresen y vuelvan a comprar.

Son hiperconectados y tecnológicamente dependientes.

Los conexumidores en promedio superan las 7 horas diarias de dedicación a su teléfono inteligente. Las personas en todo el planeta son altamente dependientes de la tecnología y están mucho más conectadas que antes, y las compañías se ven obligadas a encontrar nuevas formas de captar la atención de sus clientes a través de medios digitales.

La vida de los “nuevos consumidores” (conexumidores) no se entiende sin internet, pues usan canales digitales como web, blogs, chats, redes sociales y móviles para consumir contenido, relacionarse con las marcas y finalmente ejecutar una transacción comercial. Por tal motivo, comprender, conectar y relacionarse con los conexumidores es lo que por estos días ocupa a las empresas líderes en sus industrias. A continuación, se describen las diez características claves de los conexumidores:

Innovadores y adoptadores tempranos de bienes y servicios

La mayoría de los conexumidores son innovadores o adoptadores tempranos. Los conexumidores clasificados como innovadores dependen menos de la persuasión verbal de otros. Tienen un mayor nivel de conocimiento, confianza e interés en el producto. Los innovadores son los primeros clientes en probar un nuevo producto. Son, por naturaleza, tomadores de riesgos y están entusiasmados con las posibilidades de nuevas ideas y nuevas formas de hacer las cosas. Los adoptadores tempranos siguen a los innovadores. No asumen tantos riesgos como los innovadores y tienden a tomar decisiones más razonadas sobre si participar o no en un producto en particular.

Críticos y exigentes sobre el desempeño de las marcas y sus productos

Los conexumidores han elevado significativamente los estándares mínimos de desempeño de las compañías. Como clientes son exigentes. Los conexumidores esperan una buena experiencia cliente. Además, viven en una cultura del comentario, lo que significa que la



CONVERSAR ES LA MEJOR ESTRATEGIA PARA LIDERAR EN TIEMPOS DE CONTINGENCIA

Por: Gabriela Ibañez

Consultora Internacional y Coach Ontológico Senior, con más de 12 años de experiencia acompañando a líderes y organizaciones en sus procesos de transformación.

Tal como nos dice Rafael Echeverría: “todo lo que pasa en una organización, pasa en una conversación, y todo lo que falta, falta en una conversación”, la calidad de los resultados de los líderes también depende de la calidad de conversaciones que logra tener, este espacio se ha visto afectado en el manejo continuado durante meses de la situación de contingencia que estamos viviendo.

Algunos síntomas que encuentro en los líderes y equipos con los que me ha tocado trabajar son: sensación de soledad, cansancio por exposición de pantallas o doble rol simultáneamente (laboral y familiar), dificultad para desarrollar contextos de confianza, exceso de reuniones, y otros. Un factor común que resalta en todos los puntos se debe a que estamos “haciendo” todo el día. Con el confinamiento hemos perdido los espacios que antes aparecían orgánicamente para conversar de otros temas, esas conversaciones informales de café en las que contábamos como nos sentíamos, esos almuerzos para compartir sueños, o simplemente esos encuentros para retroalimentar lo que acabábamos de vivir en una reunión o proyecto.

Para poder sostener estas nuevas formas de trabajo a distancia, las que al parecer llegaron para quedarse, o contener a aquellos que a pesar del confinamiento tienen que salir a trabajar con miedo, incertidumbre o angustia, es importante que los líderes logren priorizar en sus agendas espacios que convoquen a escuchar su entorno.

Algunas conversaciones que recomiendo a los líderes con los que trabajo y considero relevantes prestar atención y propiciar son las siguientes:

Conversaciones para establecer relaciones y acuerdos de funcionamiento: es decir invitar de manera individual y de equipo a sus colaboradores a redefinir los acuerdos de funcionamiento

para esta nueva realidad, cambiar las reglas de juego, incorporar a los nuevos integrantes.

Conversaciones de bienestar: Tal Ben Shahr profesor de Harvard nos dice: “si siempre callas y te guardas lo que piensas para no molestar terminaras siendo una persona invisible o una persona comparsa”. Es clave para liderar aprender a generar espacios para mostrar lo que piensas y sientes, así como igual de importante generarlos para escuchar a tus colaboradores, pares, y entorno. Que todos se sientan visibles e importantes genera pertenencia y compromiso.

Conversaciones de construcción de futuro: es relevante tener claridad y sentido de hacia donde vamos, y esto es responsabilidad del líder, ¿Cuál es la meta y sueño al que estas convocando a tu equipo?, ¿Cuál es el aporte a tus clientes y comunidades?, son estas conversaciones en las que logras sumar a todos a esta visión y construyes con ellos la forma de lograrlo.

Conversaciones de cierre de relación: hay relaciones y vínculos que perduran a las circunstancias. Puede ser incomoda y dolorosa esta conversación, pero transitarla con respeto y cuidando la dignidad personal de ambas partes hace que marques la diferencia como líder, en aquellas circunstancias donde debes culminar relaciones sea cual sea el motivo de termino. Esto además aportara bienestar y confianza en el entorno.

Te invito a que como líder cuides los espacios para gestionarte a ti mismo y pedir ayuda, en la medida que garantices tu satisfacción personal y bienestar podrás brindar mejores espacios conversacionales y desarrollar mejores relaciones con tu entorno laboral y personal. No existen conversaciones difíciles, se hacen difíciles algunas conversaciones para ti. Aprender a tenerlas te convertirá en un mejor líder y en una persona más feliz.

Durante los últimos meses los líderes se han visto en la necesidad de cambiar formas y estructuras de trabajo, muchos de estos cambios son respuestas a las demandas para sostener las operaciones y servicios que ofrecen sus organizaciones en medio de las medidas de sanitarias a partir del Covid 19, y no una respuesta a sus sueños y aspiraciones de generar mejores entornos de trabajo y alcanzar las metas que se plantearon.

Es muy variada la forma en la que esto ha ocurrido en diversas organizaciones, observamos por una parte aquellas que cuentan con increíbles programas digitales de video llamada, seguimiento de reuniones, beneficios adaptados a la nueva realidad, entre otros. Por otro lado, seguimos viendo las que continúan haciendo todo igual, la única diferencia es que lo hacen conectados a través del computador. Están también las que aplicaron medidas el año pasado y han ido peligrosamente normalizando la situación sin hacer nada adicional. Y finalmente aquellas que siguen acudiendo a sus lugares de trabajo y solo aplicaron medidas sanitarias en traslado y espacios físicos de su infraestructura, entre otras.

En todos los casos es común que sus líderes en medio de el exceso de reuniones, la cantidad de toma de decisiones y su propio cansancio olviden lo más importante, es decir, cómo se sienten ellos mismos, sus colaboradores y stakeholders en general.



EMOTIONAL BUSINESS BEYOND

www.yetmarketing.mx

 @yetmkt

 @yetmarketing.mx





¡ RED SOCIAL PROFESIONAL PARA COMPARTIR Y ENCONTRAR PUBLICACIONES DIGITALES !



Convierte presentaciones, textos, catálogos, libros, revistas, álbumes y mucho más, en **publicaciones digitales** con experiencias inmersivas que **podrás publicar y compartir** en FEGO, e incrementa la audiencia de tus contenidos presentados de forma profesional.

Ingresa hoy a **WWW.FEGO.DIGITAL** y forma parte de una comunidad de contenidos con gran variedad de tópicos de acuerdo a tus intereses

Siente el confort y la seguridad
que te ofrece un líder



Daikin, #1 en el mundo en soluciones
de aire acondicionado y climatización

Las soluciones HVAC de Daikin satisfacen todas
las necesidades de pequeños y grandes negocios.
La tecnología innovadora para el control centralizado
o individual de las unidades y su eficiencia energética,
marcan la diferencia.



Desafía tus límites
www.daikinlatam.com