

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

PANAMÁ



@RevistaFactorDeExito
Revista Factor de Éxito
www.revistafactordexito.com

Mi misión en el negocio
es ofrecer la visión de futuro

Rolando González Bunster
Chairman & CEO de InterEnergy Group

Transformación digital, el gran desafío
para el liderazgo responsable

La virtualidad puede ser
una "arma de doble filo"
para un líder

Rafael González Alonso
Socio Fundador 3Weeks
Consulting LATAM

El inversor hoy es más
aventurero a comenzar
gestiones por vías
remotas

Alix Moyron Broce
Directora Comercial ProPanamá

El compromiso de
promover conocimientos
en educación financiera

Lunella Pérez
Vicepresidenta Asistente de
Banca Corporativa Towerbank
International Inc.

El reto de la sostenibilidad
en la medicina

Vanessa Vértiz
Directora y gerente general de
Merck Group

WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE



2022


GRACIAS POR ACOMPAÑARNOS




FERRULCA



Fábrica de Mangueras y Conexiones Hidráulicas e Industriales

 Av. Fernández de Córdoba,
Galera A-6, Panamá

 +507 | 383.0110
6103.8458

FERRULCA.COM 



Isabel Figueroa de Rolo
CEO y Directora Editorial Factor de Éxito

El cambio ocurrió y ya no es opcional

Desde una mirada práctica, el inevitable proceso de Transformación Digital, impulsado de manera contundente por los efectos de la pandemia, aceleró su paso poniendo en relieve cuánto estaban o no preparadas las empresas para asumirlo y responder a las exigencias de una economía digital en auge. El cambio ocurrió y ya no es opcional desarrollar habilidades para rediseñar los modelos de negocio.

El ritmo vertiginoso que nos impone la tecnología imperiosamente requiere de innovar, mover las ideas, las iniciativas y las decisiones de manera rápida y oportuna. Es ahí cuando el líder empresarial cobra un papel fundamental.

“Las ideas están surgiendo ... Podría llenar esta imagen con un aproximado de 100 ideas en una hora. De hecho, no puedo pasar una semana sin reunirme para hacer una lluvia de ideas. Cuando nadie dice

nada, protesto y envío un mensaje de emergencia: ¿Entonces, nadie quiere intercambiar impresiones?”, dijo una vez Jeff Bezos, creador de Amazon en una entrevista.

Como Bezos, el líder de esta nueva era no es un líder cualquiera, debe tener ciertas características que le permitan ir con los cambios que se imponen. No todos lo están entendiendo y hay paradigmas que superar. Una combinación de reinención, agilidad, tecnología y el reconocimiento de un nuevo terreno de juego, nuevas reglas y nuevos modelos de consumo y de consumidores, son prioridad en estos tiempos de cambio, sin olvidar la responsabilidad que esto conlleva.

El líder, definitivamente, debe ser el ejemplo de la transformación. ¿Cuáles son los desafíos para gerenciar el cambio empresarial en el contexto de la Transformación Digital? ¿Cómo hacer un liderazgo empoderador, creativo,

transparente, responsable en estos tiempos donde se impone el cambio tecnológico? ¿Nos estamos alejando de lo humano y lo estamos sustituyendo por lo digital o, por el contrario, cobra más relevancia el individuo y sus necesidades? Nuestros entrevistados de esta edición se encargaron de responder a estas preguntas desde cada una de sus áreas de acción.

Los nuevos tiempos que estamos transitando nos invitan, como líderes, a reflexionar, a adaptarnos, a ser resilientes, flexibles e innovadores. ¡El compromiso es grande y es importante estar a la altura!





OCTAVO CONGRESO INTERNACIONAL TOP COMPANIES

11 · 12 · 13
OCTUBRE
2022

Speakers

Valeria Di Palma
Directora General
Consortium Legal



Santiago San Martín
CEO
Globant México



Amado Sabas
Fundador
Grupo Petrol



Laura Santoni
Vicepresidenta
Marriott International



Eva Gubern
Directora General
Johnson & Johnson



Arturo Molina
Director General
Covestro



Fernando Lledó
Director General
Bupa México



Juan Segura Warnholtz
Presidente y Director General
AON



Camilo Plazas
CEO
BBDO México



Miguel Hernández
Vicepresidente y Country Manager
HARMAN DE MÉXICO



Ignacio González
Director General
HDI Seguros



Kenneth Campbell
Presidente General y CEO
L'Oréal México



Fernando Ruiz Galindo
Director General
Avaya



Mauricio Reynoso
Director General
AMEDIRH



Salvador Villalobos
Presidente Ejecutivo
Consejo de la Comunicación



Congreso all inclusive

1,830 USD

Habitación Doble
(3 días por persona)

2,250 USD

Habitación Individual
(3 días por persona)

*Sujeto a disponibilidad, para respetar los precios mencionados deben ser liquidados antes de la fecha límite
Inversión por persona en dólares americanos. Estos precios son más el 16% correspondiente al IVA

*Consulta el contenido de **all inclusive** en el website del Congreso

By: **TOP|companies**

Confirma tu asistencia

Tel: (+52) 55 7051 6390 y (+52) 55 3541 7945
congreso@thetopcompanies.com

Resignifiquemos JUNTOS... Cultura y Liderazgo



[contenido]



Mi misión en el negocio es ofrecer la visión de futuro

pág. **12** | **Rolando González Bunster**
Presidente y CEO InterEnergy Group



El compromiso de promover conocimientos en educación financiera

pág. **24** | **Lunella Pérez**
Vicepresidente Asistente de Banca Corporativa Towerbank International Inc.



El reto de la sostenibilidad en la medicina

pág. **36** | **Vanessa Vértiz**
Directora y gerente general de Merck Group



En el Grupo Sambil, el capital humano es una familia, está en el ADN de la empresa

pág. **40** | **Jonathan Cohen**
Director Constructora Sambil

enpanamáconéxito



Es momento de apostar por la educación y la familia para transformar al mundo

pág. **50** | **Luizandra Mendoza**
Coaching para familias

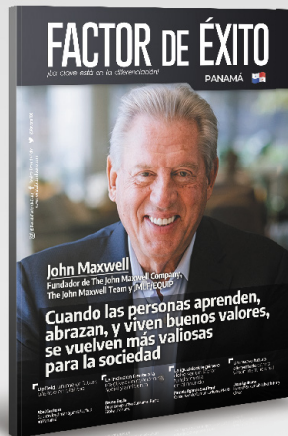
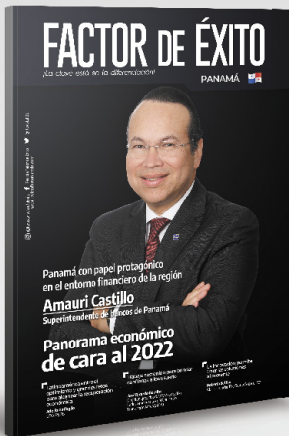
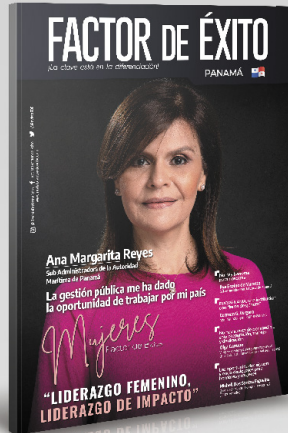
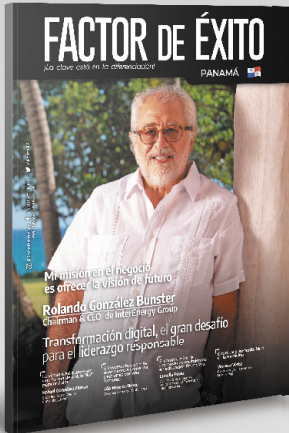
empresarialesvip



Conversatorio Recursos energéticos y mineros

directorio

► Revista Factor de Éxito Panamá Número 6, Año 2



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

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo y Ventas:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones Internacionales:
Jacqueline León

Directora de Comunicaciones:
Siddhartha Mata

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Periodista:
Isamar Febres

Asesores comerciales:
Rosely Matos

Contenidos web:
Roberto Rolo

Content Manager:
Gabriela Alfonso

Diseño y Diagramación:
Luis Gota

Webmaster:
Juan Rebollo

Portada:
Rolando González Bunster
Presidente y CEO InterEnergy Group

Articulisitas:
Ismael Cala
Eddy Gouveia
Rodrigo Planas
Cuco Vanegas
Ivan Calvo
Andrés Silva Arancibia
Marcelo Muñoz

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

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito

www.revistafactordeexito.com

Sede Principal:
Factor de Éxito Rolga Group SRL
RNC 1-3135817-9

Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro. Nivel 3.
Local C-6.

Ensanche Naco. Santo Domingo.
Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.542.2479
info@revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito República Dominicana
info@revistafactordeexito.com

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

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

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

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

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

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

Reapertura

El Aeropuerto Internacional Panamá Pacífico (BLB) reanudó sus operaciones aéreas comerciales, tras finalizar el proceso de remodelación de su terminal de pasajeros.

Las instalaciones habían sido cerradas en marzo de 2020, como consecuencia de la pandemia de COVID-19. Desde entonces, Tocumen S.A. avanzó en los trabajos de ampliación y modernización, con el objetivo de ofrecer una opción adicional a los viajeros.

«La reapertura del aeropuerto Panamá Pacífico marca un hito clave en el proceso de recuperación de las operaciones de Tocumen como empresa operadora y para el turismo nacional, porque abre una nueva puerta a Panamá como destino de esparcimiento y compras», destacó Raffoul Arab, gerente general del aeropuerto.

El directivo celebró la culminación de los trabajos y sostuvo que el renovado edificio permitirá optimizar la capacidad operacional y brindar un servicio de mayor calidad a las compañías aéreas y a sus clientes.



A partir de ahora, el aeropuerto podrá recibir hasta dos aeronaves simultáneamente. De esta forma, se reducirán los tiempos de espera y se mejorará el servicio para todos los usuarios.

El proyecto, que requirió una inversión de 998.472 dólares, incluyó la ampliación en salas de embarque, sector de arribos y recogida de equipaje, adecuación para zonas comerciales, mejoras en puestos de facturación y migración, renovación de baños, construcción de canales pluviales, impermeabilización de techos y renovación de los sistemas de aire acondicionado, entre otras adecuaciones.

Madurez digital

Los efectos de la pandemia por COVID-19 siguen revolucionando a las organizaciones de Latinoamérica, dado que su impacto ha colocado a los programas de transformación digital como una de sus máximas prioridades, impulsado en buena medida por los directores y gerentes generales, de forma que los presupuestos asignados se han venido incrementando sin excepción en la mayoría de los países.

La razón principal de esta transformación en las compañías es la simplificación y eficiencia de procesos, acorde con los resultados del estudio Transformación con sentido digital 2022: Un nuevo ritmo en la madurez digital de Latinoamérica, elaborado por EY, firma líder en servicios profesionales de auditoría, impuestos, consultoría, estrategia y transacciones.

Esto fue posible gracias a la participación de 715 líderes de 16 diferentes industrias en México, Chile, Colombia, Perú, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Venezuela, Ecuador, Bolivia y República Dominicana, con lo cual se pudo medir la reacción de los empresarios



en cuanto a la transformación digital de sus organizaciones, en un periodo agravado por efectos de la pandemia y retado por los nuevos jugadores digitales en diferentes industrias. Acorde con el estudio, Latinoamérica se ubica en un nivel de madurez de 61.16 en una escala de 100 puntos.

La aceleración digital continúa avanzando, las expectativas de los clientes son cada vez más altas y la necesidad de automatización y eficiencia en procesos para la reducción de costos se ha vuelto prioridad a lo largo de toda la región.”, precisó Fernando Alvarado, Socio de Technology Consulting y líder del Segmento de Innovación en EY en República Dominicana y la región centroamericana.

Plataforma digital

El ahorro de tiempo y dinero, la simplificación de trámites y la digitalización de procesos son factores determinantes en el manejo administrativo de las empresas. Una de las áreas que más requiere un tratamiento estratégico es la administración de la planilla laboral. Desde los cálculos del seguro social, descuentos directos y de ley, incluyendo impuesto sobre la renta, pago de décimo, vacaciones y otras obligaciones, demanda que las empresas desde micro, pequeñas, medianas y grandes, sean precisas en cada una de estas obligaciones y derechos.

Jaime de Roux, CEO de Tiempo Exacto, comenta que, por lo complejo del manejo de las planillas, muchas empresas deben adquirir costosos programas y muchas no tienen acceso a esas plataformas y los cálculos de planilla pueden volverse un problema engorroso si no se maneja bien el tema de recursos y desarrollo humano.

“Para evitar estas complejidades, diseñamos un programa para manejar la planilla de emprendimientos y empresas, que toma los problemas del día a día y ayuda a que se realicen



los cálculos, reportes, descuentos y pagos de forma precisa”, indica de Roux.

Precisan que la plataforma se adapta a las necesidades de las empresas. Rafael Patiño, gerente comercial de Tiempo Exacto, añadió que más del 50 % del empleo que se genera en el país puede ser producido por Pymes, de allí que ayudar a simplificar sus trámites de manejo de planillas es vital para, a su vez, preservar y garantizar la actividad económica. Además de que se brinda asesoría en temas laborales para que las empresas estén al día.

Criptomonedas

Sin darnos cuenta, la conexión a internet ha transformado la economía tradicional, abriéndole paso a los ecosistemas cripto, los que en palabras de Maximiliano Hinz, director regional de Binance, tienen gran potencial de desarrollo en Panamá.

Durante su participación en el Blockchain Summit Latam 2022, realizado en el Centro de Convenciones de Amador, Hinz explicó la situación actual del mercado de criptomonedas en América Latina.

“Hemos visto como hay más usuarios que desean abrir sus cuentas en nuestras plataformas, cada vez más hay compras y personas preguntándonos cómo hacer sus primeras transacciones. Particularmente, en Panamá estamos creciendo de manera positiva”, afirmó el experto.

Añadió que el país necesita de regulaciones para seguir creciendo porque estas son las que atraen los grandes capitales y permiten que la banca reciba a las empresas del mundo cripto.

“La instalación de más empresas va permitir que los diferentes jugadores que existen entren en el mercado y el hub cripto se consolide”, resaltó.



A los interesados en este tipo de inversiones les recomienda educarse porque en las finanzas digitales hay cambios fundamentales.

“Les digo que lean y aprendan nosotros por ejemplo tenemos la plataforma Binance Academy que les brinda mayor información sobre este mercado; cuando tengan noción de cómo se maneja entonces inviertan”, indicó.

Binance es uno de los exchange más grandes del mundo, o plataformas donde se comercializan criptomonedas en el mundo y tiene presencia en toda Latinoamérica, a través de billeteras digitales donde los usuarios transan estos activos digitales, incluyendo los NFT, token no fungible, que se plasman en obras de artes generativas, de artistas plásticos y otros documentos digitales financieros.

Construcción

Lo que más se está construyendo en estos momentos en el área metropolitana son edificios de apartamentos y viviendas individuales, según estadísticas del Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC).

El informe indica que en el primer trimestre de este año se construyeron 152 mil 808 metros cuadrados de edificios, 52,829 metros cuadrados de viviendas y 17,133 metros cuadrados de otro tipo de edificaciones en Panamá y San Miguelito.

En comparación con el primer trimestre del año pasado, en este año el incremento en superficie construida fue de 42.8 % en ambos distritos, pasando de 691 obras nuevas a 987, según el estudio.

En cifras, en los primeros tres meses del año en construcción se encontraban 796 viviendas, 67 edificios de apartamentos, 50 dúplex, 36 locales comerciales y 10 depósitos.



Reserva marina

Panamá ha dado un paso de gigante para proteger sus mares. El país centroamericano, rico en biodiversidad, pero uno de los más amenazados por el cambio climático, ha creado una reserva marina en sus aguas del Pacífico de 67.742 km², es decir, un área casi tan grande como su superficie terrestre (75.517 km²). Está localizada en la llamada Cordillera de Coiba, un amplio espacio rico en recursos pesqueros, pero también importante punto de encuentro de especies marinas que hallan en la región abundantes alimentos.

De esta manera, Panamá cumple con las metas de protección establecidas en el Convenio sobre la Diversidad Biológica, firmado por 196 países para la conservación y la utilización sostenible de los recursos marinos. Junto con las reservas vecinas de Colombia, el área protegida se amplía a 121.341 km², lo que la convierte en la tercera reserva marina más grande del Pacífico tropical. “Estamos muy contentos”, dice Milciades Concepción, ministro del Ambiente de Panamá. “Toda la región está muy entusiasmada porque Panamá va a lograr esto”, agrega.

Los conservacionistas están entusiasmados con la nueva reserva, creada por decreto por el presidente de Panamá, Laurentino Cortizo. Entre esos conservacionistas está el chileno Maximiliano



Bello, de la organización Mission Blue, cuyo trabajo es influir en los Estados para crear áreas marinas protegidas en todo el mundo. “Si cada país hiciera su parte, como lo hace Panamá, se podría proveer de un mejor futuro a estos ecosistemas marinos”, argumenta Bello.

“Tenemos que poner más recursos e invertir en el cuidado de la naturaleza, porque es un capital importante. Hay que ampliar incentivos a su conservación, porque es la fuente de toda actividad económica”, afirma.

Crecimiento

Con quince datacenters distribuidos estratégicamente en toda la región, IFX Networks busca mantenerse en los principales puestos, cuando de proveedor de servicios administrados de telecomunicaciones e IT se refiere.

“IFX hace el traje a la medida para cada cliente”, dice Martín Elías Henao Cruz, country manager para Panamá y Guatemala de la empresa que ya suma más de 20 años de trayectoria en el mercado de las telecomunicaciones. La frase, es una de las diferencias que ofrece la compañía, asegura, porque se entrega lo que el cliente necesita.

Con presencia en más de 17 países de América, incluyendo a Panamá, la visión de la compañía en Centroamérica era mostrar todo el conocimiento y experiencia de IFX Colombia, Argentina y Chile, donde IFX es nube predominante. En Colombia son uno de los principales vendedores en el sector Gobierno, donde más del 63 % de las entidades de orden gubernamental son sus clientes.

“IFX es un Managed Service Provider (MSP), empresa que proporciona y gestiona diversos



servicios informáticos para sus clientes, es la generación de todo lo que antes era un Internet Service Providers (ISP), empresa que brinda conexión a Internet a sus clientes y un integrador, para ahora volverse un MSP, una compañía que gestiona o administra la parte de IT de las demás compañías del sector corporativo”, explica a detalle Henao Cruz, quien recuerda que la empresa tiene un portafolio de productos que contemplan precio, experiencia y conocimiento.

Servicios legales con innovación

Como ya se aprecia, la pandemia aceleró la implementación de estrategias y mecanismos en los más variados sectores, y el sector legal no ha sido la excepción; si bien, la tendencia a la incorporación de tecnología y procesos internos novedosos se venían sintiendo, ahora es común escuchar términos como legal-tech o legal-design que aluden a las nuevas prácticas desarrolladas por los bufetes de abogados y otros prestadores de servicios legales alternativos.

Procesos de on boarding, consultas en líneas, digitalización de procesos, es lo que evidenciamos al acercarnos a LEGALYS, una firma especializada en Inmigración con presencia en la República de Panamá, que puntea con la mayor cantidad de reviews en la web y la mejor calificación. Los clientes tienen acceso a una gran cantidad de contenido de valor relacionado con los procesos migratorios, videos, material multimedia, chat en vivo y lo mejor, un generador de presupuestos sobre los principales trámites.

Los elementos de innovación se extienden a sus procesos internos y con el uso de un CRM han logrado que sus servicios y los tiempos de respuestas sean más eficientes, basta con leer



“ EXPANDE TUS FRONTERAS ”

las opiniones de los clientes. La innovación se ha convertido en el principal elemento del diferencial competitivo también para los abogados.

A close-up portrait of Rolando González Bunster, an older man with grey hair and a full grey beard, wearing glasses and a white shirt. He is looking directly at the camera with a slight smile.

Mi misión en el negocio es ofrecer la visión de futuro

El mundo está exigiendo cada día más energía limpia y se dirige hacia las emisiones cero con grandes compromisos desde el sector privado. Interenergy Group ayuda a los países de la región a realizar la transición hacia un futuro más sostenible

Rolando González Bunster
Presidente y CEO InterEnergy Group

Rolando González Bunster, presidente y CEO de Interenergy Group, consorcio que, durante más de 30 años, ha impulsado a personas y ciudades en la región, brindando energía confiable, rentable y limpia a República Dominicana, Panamá, Jamaica, Chile y Uruguay, tiene la firme convicción de que el futuro del sector energético es renovable. “La transformación energética es un hecho. Ahora bien, no se trata únicamente de ‘saltar’ hacia las energías renovables. Existe un proceso intermedio que debemos atravesar para garantizar una transición sostenible”, señaló en el IV CEO Summit of the Americas, realizado el pasado mes de junio.

Afirma que se trata de un camino que debemos recorrer entre todos de forma racional, ya que, de lo contrario, puede encarecerse la producción energética y desestabilizarse, como ha ocurrido en Europa. “Es, en definitiva, un proceso que se tiene que hacer gradualmente y planificar bien de dónde viene la energía de reserva”.

González Bunster reconoce que en este camino todavía existen obstáculos que se deben sortear, como es la intermitencia de las energías renovables y su dependencia de los fenómenos meteorológicos. Por lo cual, InterEnergy Group apuesta por una matriz cada vez más diversificada.

“Como comenté recientemente, en el IV CEO Summit of the Americas, en el que tuve el honor de participar, desde InterEnergy estamos desempeñando como grupo un importante rol en este sentido, en la región de Latinoamérica y el Caribe, donde tenemos presencia, a través de un programa de descarbonización de nuestras plantas generadoras, y la sustitución del Heavy Fuel Oil (HFO) por energías más limpias, como el gas natural, el que se considera el combustible fósil con menor impacto medioambiental”, expresa.

En Panamá, Interenergy cuenta con el parque eólico más grande de la región de Centroamérica y el Caribe, “Laudato Si”, con 215 MW de capacidad total instalada; e Ikakos, el parque fotovoltaico más grande de Panamá, con una potencia nominal de 40 MW. Además, trabaja en un proyecto de generación eléctrica, junto a AES Panamá, la planta Generadora Gatún, ubicado en Isla Telfers, provincia de Colón que, en su fase de construcción, generará más de 3.000 empleos directos e indirectos, impulsando la recuperación y el desarrollo inclusivo.



“Nuestra gran apuesta como grupo, de hecho, es alcanzar la carbono-neutralidad en la próxima década, a través de nuestro proyecto CPEM Zero, de República Dominicana. También nos prepararemos para ello en Panamá”.

¿Qué oportunidades ve usted para la inversión y desarrollo del sector energético de Panamá?

Tengo la certeza de que a través de inversiones estratégicas en el sector energético podemos aportar a la reactivación económica y al crecimiento de Panamá, donde desde hace tiempo InterEnergy Group está presente generando energía limpia, a través de proyectos como la iniciativa SER.

Panamá es un país que brinda a los inversionistas una condición fundamental como es la seguridad jurídica, pero que también es y seguirá siendo un país lleno de oportunidades, que se mantiene a la vanguardia de la región.

Panamá es reconocida, además, por numerosas cualidades, como es su posición geográfica, la robustez de su sistema financiero, la calidez de su gente, los destacados puntos turísticos que posee, su diversidad cultural, entre otras muchas.

Es particularmente importante su perfil como hub logístico regional, y muy pronto como hub

de energía, con proyectos como Generadora Gatún, que sentará las bases para hacer de este hub una realidad en poco tiempo.

En cifras, según la CEPAL y el Banco Mundial, Panamá crecerá más del 7.8 % en 2022. Esto quiere decir que debemos estar preparados para tener la energía que se necesita en esta recuperación que permita atraer industrias, acoger más turismo y potenciar el crecimiento de todos los sectores. Sin energía confiable y más accesible esto no se podría lograr.

Según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Panamá ha avanzado con pasos firmes en sus procesos de alcanzar una agenda energética inclusiva, sobre todo que ya esté por encima del promedio en la región en cuanto al uso de energías renovables para la generación eléctrica (69 % en los últimos cuatro años, en promedio, versus 58 % en la región).

Panamá está, además, dentro de los pocos países Carbono Negativo del mundo, y eso es una condición privilegiada que debe saberse cuidar y aprovechar. Como parte

de los resultados de la COP26, tenemos la responsabilidad de trabajar en conjunto con el gobierno de Panamá para acelerar el camino al cumplimiento del Acuerdo de París, el cual hoy toma más relevancia que nunca como parte de una recuperación más sostenible tras la pandemia.

En este país, nuestro proyecto de Suministro de Energía Renovable, mejor conocido como SER, es una iniciativa que lidera la transformación del sector energético de Panamá, usando la energía renovable como fuente inagotable de un nuevo modelo, donde la sostenibilidad y el ahorro van unidos de la mano.

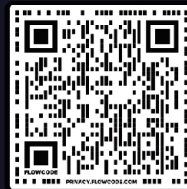
A través de SER, comercializamos energía 100 % renovable mediante contratos bilaterales con empresas nacionales, que mantienen un consumo mayor a 100kW, a los cuales denominamos “Grandes Clientes”.

Con esta iniciativa, se han logrado alcanzar significativos resultados como el suministro de 342,401,868 kWh de energía renovable, equivalente a la energía consumida por más de 121,000 hogares en un año, y una reducción de la huella de carbono de 169,001.63 toneladas de CO2, lo que equivale a lo que emitirían 60,792 autos.



VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

APUNTA Y ACCEDÉ A TODAS NUESTRAS EDICIONES



En definitiva, estamos contribuyendo con una gran inversión para ofrecer cada vez más estabilidad al sistema, y sabemos que esto impulsará el crecimiento, abrirá la puerta a más oportunidades, llamará otras inversiones y será un catalizador para que se genere empleo, se fortalezcan emprendimientos, se diversifiquen negocios, y, por ende, el aparato productivo sea más sólido y la sociedad más próspera.

Coméntenos acerca de la Generadora Gatún, donde el grupo es inversionista. ¿Cuál será el impacto que este proyecto para Panamá?

El proyecto, que parte de Grupo Energético Gas Panamá, en alianza con AES Panamá, tendrá un impacto muy positivo en Panamá, en el sector energético y sobre todo en la Provincia de Colón. Consiste en una planta a base de gas natural licuado y contará con unidades de contrastado rendimiento y fiabilidad que sumarán 670 MW, lo que la convierte en la planta más grande de Centroamérica. Este proyecto garantiza la transición energética que requiere dicho país, y, sobre todo, permite la adición de mayor energía renovable no convencional a la matriz eléctrica.

Implica una inyección económica de más de 1,000 millones de dólares que generará más de 3,000 empleos directos y miles de empleos indirectos en su fase pico de construcción. Se trata de un

paso clave dentro de la transición hacia una generación mucho más sostenible, siendo respaldada por energías más limpias y renovables consolidando nuestra posición como hub energético de la región gracias a la inversión de nuevas plantas.

Con esta inversión se consolida la ejecución de la Agenda de Transición Energética, fortaleciendo nuestro plan integral del sector eléctrico en un momento clave de recuperación en el que se encuentra el país tras la pandemia. Además, la entrada en operación de Generadora Gatún a la matriz energética promoverá la reducción de la volatilidad en la tarifa eléctrica y facilitará la confiabilidad al sistema.

De esta forma, seguimos a la vanguardia de la transición energética, reemplazando las antiguas plantas térmicas que usan otros combustibles fósiles, las cuales eran menos eficientes, desde una apuesta por el gas natural como combustible de transición menos contaminante.

La movilidad eléctrica es otro de los puntos claves para InterEnergy. ¿Cuáles son los planes de la empresa al respecto en Panamá?

En Panamá podemos decir que la movilidad eléctrica es una realidad. Como grupo estamos decididos y comprometidos a continuar trabajando por una verdadera transición hacia la

movilidad eléctrica, en este país, y ese compromiso se ve representado en las más de 76 estaciones de carga Evergo para autos eléctricos que tenemos instalados a lo largo de todo el istmo panameño.

Tenemos presencia en un total de ocho provincias, robusteciendo cada día esa infraestructura de carga, que es uno de los pilares fundamentales para lograr esa transición de la que hablamos. Nuestro objetivo en este país es alcanzar las 300 estaciones en el próximo año.

Aquí debo resaltar que todo este trabajo que venimos haciendo, y que continuaremos haciendo, también es gracias a las alianzas estratégicas que mantenemos con empresas de alta trayectoria y valor en Panamá.

En casi dos años hemos logrado, junto a empresas y clientes, resultados significativos que respaldan nuestro compromiso, desarrollando una red de más de 500 estaciones de carga para vehículos eléctricos entre Panamá, República Dominicana, Jamaica y Aruba, y logrando evitar la emisión de 660,967.66kg de CO2.

A nivel de la región, el propósito es seguir expandiendo nuestra red con más de 4,000 estaciones en México, Puerto Rico, Uruguay y Paraguay.



Liderazgo responsable

¿Cómo definiría su estilo de liderazgo?

Esa pregunta debería hacérsela a mi equipo. He tenido la fortuna de rodearme de un gran grupo de colaboradores, tremendamente capacitados, en quien me apoyo diariamente, consulto y admiro. Mi misión en el negocio es ofrecer la visión de futuro; anticipar riesgos, desde mis años de experiencia en el sector; tomar decisiones cimentadas en el bien común; y aportar toda mi energía a un negocio que me apasiona y al que he dedicado gran parte de mi vida.

El éxito, desde mi punto de vista, es efímero. Por eso, soy cauteloso y no tomo riesgos innecesarios. Lo que prevalece es la excelencia operacional, trabajo en equipo, la capacidad de innovación y la orientación a resultados; es decir, los valores que nos erigen como empresa.

En su experiencia, ¿cuáles son los principales retos para un líder en el mundo de hoy?

Vivimos en una etapa de la historia con grandes cambios e, indudablemente, las tecnologías son su gran catalizador, que están impactando en personas y negocios. En este contexto, los directivos tenemos que posicionarnos por delante para poder construir, en equipo, el futuro colectivo de la empresa con

cimientos sólidos que permitan un crecimiento sostenible.

Como líder, al frente de este negocio, el gran reto pudiera decir que es tener la capacidad de visionar el futuro que tenemos por delante. El mundo se mueve a una velocidad increíble. Como el mundo energético.

Cuando inicié mis pasos en Gulf & Western no trabajábamos con computadoras. Pero no hace falta que nos vayamos tan lejos. Hace apenas diez años no existían los smartphones y hoy no podemos vivir sin ellos. Lo mismo está ocurriendo en este sector. Nuevas fuentes de energía, nuevas tecnologías, cada vez más accesibles, sustitución de combustibles fósiles, migración a lo eléctrico... El futuro es imparable.

La buena noticia es que en este camino tan cambiante tengo el privilegio de contar con el apoyo de excelentes socios internacionales y locales, y, sobre todo, de un equipo de trabajo tremendamente capacitado y valioso.

En una era donde la transformación, tanto energética como digital, es indetenible, ¿cómo ha sido el proceso de adaptación de InterEnergy a las exigencias de hoy? ¿Qué ha sido lo más desafiante?

Si algo nos ha enseñado la pandemia es sobre capacidad de adaptación en situaciones

adversas. Y si bien fueron momentos tremendamente complejos, podemos decir que desde InterEnergy Group pudimos manejarlo de forma satisfactoria, manteniendo toda la nómina de colaboradores y permitiendo mantener un servicio 24/7 sin incidencias.

La innovación y la digitalización forman parte del ADN del negocio, por lo que adaptarnos a un entorno virtual y en constante cambio no fue, en lo absoluto, un trastorno. Todo lo contrario. Motivó nuestra capacidad y eficiencia para proveer de soluciones inmediatas a una demanda cada vez más exigente.

Los obstáculos en este camino son muchos, por supuesto. El mundo no podemos cambiarlo solos. En el caso de nuestras grandes apuestas, como la movilidad eléctrica, a pesar de que se trata de una tendencia perfectamente alineada con las exigencias del mercado, todavía debe adaptarse a un mercado en proceso de adaptación. Lo mismo ocurre con el cambio hacia fuentes de energía más limpias, como el hidrógeno verde. Son transiciones que deben agotar un recorrido antes de que podamos verlas como una realidad, y que no están exentas de tropiezos.

Es lo mismo que lo que ocurría hace 20 años con la percepción acerca de las energías renovables. Ahora, un aerogenerador es un símbolo de sostenibilidad. Pero, no siempre fue así. El futuro está aquí, pero es cuestión de tiempo.



Usted como líder del Grupo InterEnergy, y en su experiencia, ¿cree que es imprescindible tener un enfoque holístico del negocio en estos tiempos?

Si entendemos como enfoque holístico atender a todas las dimensiones de crecimiento; sin duda, los negocios, como ciudadanos corporativos comprometidos con el desarrollo sostenible de las comunidades donde operan, deben dirigirse hacia esta dirección.

En el caso de InterEnergy, nuestro lema es claro: promover soluciones energéticas que empoderen a las personas y mercados donde operamos. Entendemos que sin el desarrollo de los pilares ESG, que atienden a factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo, no es posible el crecimiento sostenible de este o de cualquier tipo de negocio.

La visión del grupo, a través de las diferentes empresas que englobamos, atiende a un propósito compartido: el impulso de ciudades sostenibles, más inclusivas, seguras y resilientes. Desde este eje vertebral, nuestra empresa ha venido cambiando su forma de distribución de

energía durante los últimos años, embarcándose en un rápido proceso de inversión en fuentes energéticas no contaminantes, como la térmica, la solar y la eólica.

Hace 30 años iniciamos nuestros pasos en la República Dominicana, específicamente en la zona este del país, desde la visión de proveer un servicio eléctrico accesible, limpio y confiable. Después de un largo recorrido, trabajando de la mano con nuestros clientes podemos hablar hoy en día que este se ha convertido en un destino de clase mundial.

Otro punto clave es la concienciación hacia un consumo responsable. Empoderamos a la comunidad a ser entes amplificadores de buenos hábitos, mediante campañas y charlas educativas sobre temas como disminución de riesgos eléctricos, fomento del uso eficiente de la energía, deberes y derechos de los clientes, cultura de legalidad, cuidados y protección de los servicios públicos, entre otros temas; con el objetivo de concientizar sobre el uso sostenible de la energía. Gracias a estos esfuerzos, nuestros clientes han logrado minimizar su consumo eléctrico hasta en un 20%.

En este sentido, InterEnergy Group también promueve la movilidad eléctrica en el país como parte de su compromiso con la sostenibilidad y el medio ambiente, y como vía eficaz para la lucha contra el cambio climático. Ese es el esfuerzo que estamos realizando a través de Evergo, con la red de estaciones de carga para vehículos eléctricos más amplia y sofisticada de la región y la migración de nuestra flota por vehículos 100% eléctricos.

Este compromiso se concreta en la iniciativa EV100, de The Climate Group, con la cual nos convertimos en la primera empresa de Latinoamérica en posicionarnos en el Top 100 de las empresas del mundo más comprometidas con hacer de la movilidad eléctrica la normalidad de cara a 2030.

Desde este propósito, para finales de este año pondremos en servicio la primera “electrolinera” de la región, ubicada en Bávaro (República Dominicana), con 27 estaciones de carga rápida alimentadas por energía 100% renovable (fotovoltaica).

En definitiva, la sostenibilidad es un compromiso de todos.

CONECTA TU NEGOCIO CON UNA AUDIENCIA ESPECIALIZADA

HubradioLATAM
Radio Online Empresarial
N°1 de Hispanoamérica



La virtualidad puede ser una “arma de doble filo” para un líder

Para el especialista, los tiempos de hoy requieren de una evolución del liderazgo, donde es importante asumir que la digitalización por sí sola, no es suficiente.

Rafael González Alonso

Socio Fundador 3Weeks Consulting LATAM

Rafael González Alonso es un consultor en Transformación, que ha desarrollado su carrera en más de 30 países de los 5 continentes y, desde hace 11 años, está dedicado y ubicado al mercado Americano y Latino . “Nuestro enfoque de Transformación para nuestros clientes es desde 3 palancas fundamentales , Estrategia, Cultura y Liderazgo , en este sentido acompañamos al Top Management , Accionistas y grupos de interés en su proceso de Transformación tomando como protagonista en todo momento al SER humano”, afirma.

González estudió una Licenciatura en Ciencias de la Actividad Física y el Deporte y, al terminar, complementó su formación con una Maestría en el Comité Olímpico Español en Alto Rendimiento Deportivo que compaginó con un Executive MBA, en Madrid. Señala que “esta doble perspectiva de formación integral me despertó una enorme inquietud por el emprendimiento que años más tarde, después de trabajar en algunas de las empresas más importantes de consultoría Estratégica y de Talento, pude desarrollar. El proceso de desarrollo de un deportista de alto nivel es todo un proceso de Transformación que se fundamenta en el SER para después trabajar sus capacidades cognitivas y físicas. Tuve la oportunidad de acompañar en fases tempranas de su carrera a jóvenes deportistas que consiguieron en su carrera deportiva grandes logros internacionales, adicionalmente esta formación integral me permitió desarrollar capacidades de identificación de talento, complementarias al desarrollo”.

Después 25 años de experiencia como ejecutivos en distintas empresas multinacionales en Europa, junto a su esposa Carmen Santos, González Alonso fundó 3weeks LATAM en 2015,

Hoy día, compagina su labor consultiva con conferencias a nivel internacional, una de las más reconocidas es “Lo que pasa en el mundo, pasa en las organizaciones”, donde detalla los principales desafíos de las Estrategias de Transformación Digital de las grandes organizaciones, lo que ha aprendido de ellas, lo que no ha funcionado, lo que se vuelve fundamental abordar lo antes posible, lo que no se quiere ver, pero pasa; y lo que realmente va a dar agilidad en el proceso y reconocimiento del cliente.

En entrevista para Factor de Éxito pudimos conversar con él sobre su visión de la Transformación Digital. “El papel de la Estrategia, la Cultura y el Liderazgo en estos macroprocesos que en la mayor parte de las ocasiones se enfocan mal desde el principio por darle una exclusiva capa de tecnología y gestión del cambio mecanicista al proceso, olvidando las emociones (el sentir) de las personas y la imperiosa necesidad de abordar procesos de Transformación primero del SER para luego llegar a la organización” expresa González Alonso.

¿Cómo ser un buen líder en una era donde se impone la digitalización y la virtualidad? ¿Qué es necesario dejar atrás?

La digitalización de nuestras empresas y por tanto la virtualidad consecuente, puede ser una

“arma de doble filo” para el líder, sobre todo en el momento en que asumimos que la virtualidad por si sola, es “suficiente” para mantener entornos de colaboración, motivación, aprendizaje e innovación. La experiencia durante los períodos de COVID, donde tuvimos que trabajar en remoto, nos ayudaron a entender que, si bien la virtualidad es una excelente oportunidad de efectividad, agilidad y productividad, en muchas ocasiones es insuficiente para gestionar situaciones individuales y/o de equipo donde la presencia física es “imbatible”. La virtualidad requiere una evolución del liderazgo, una adaptación, un cambio en muchas ocasiones. Lo más difícil para much@s líderes está siendo la pérdida de control y dependencia, que por otra parte son una excelente oportunidad para desarrollar capacidades de influencia, persuasión y empatía.

¿Cuál es la relevancia que debe tener para un líder su equipo humano en medio de la transformación digital?

Es absolutamente necesario revisar y actualizar en el mejor de los casos , las propuestas de valor a nuestros empleados, las denominadas TVP (Talent Value Propositions) no pueden esperar mucho más. Las motivaciones y preferencias del talento actual así como las características de los entornos competitivos (VUCA World), nos invitan a ello. Conciliación, identificación con valores de marca, cultura de transparencia y un paquete retributivo muy personalizado , son algunas de las claves de gestión en este momento.



¿Qué tipo de líder es usted?

He ido aprendiendo con el paso de la experiencia, a lo largo del tiempo. He pasado de ser un líder exigente, (no siempre excelente), disciplinado, apasionado, metódico y creativo, a ser hoy un líder más Orientativo, inspirador, muy creativo, igual de apasionado y sobre todo mucho más consciente del presente.

En un mundo donde lo constante es el cambio, ¿cuáles son las claves para sobrevivir y adaptarse a un entorno VUCA?

Este es uno de los temas que más ocupan y preocupan a las organizaciones, la gestión de un entorno VUCA (Volátil, Incierto, Complejo y Ambiguo). En mis conferencias sobre este tema, suelo compartir las soluciones de éxito que desde el Liderazgo se están tomando en distintas empresas, para abordar este nuevo entorno. El resumen sería:

- ▶ *La Volatilidad necesita de nuestros Líderes VISIÓN con Flexibilidad, Propósito e Inspiración.*
- ▶ *La Incertidumbre, sin duda la de mayor impacto emocional,*

necesita de nuestros líderes activar la CURIOSIDAD que es una de las emociones antídoto más interesantes, gestión emocional y en especial EMPATÍA.

- ▶ *La Complejidad requiere Claridad, Sencillez y Focalización.*
- ▶ *La Ambigüedad requiere Agilidad (aprender del error) crear cambio, pensamiento sistémico y comprensión del contexto global.*

En su experiencia, ¿son las empresas familiares más reticentes a las transformaciones?

La respuesta sería NO, porque lo que genera reticencias no suele ser, desde mi experiencia, que seas o no una empresa familiar, sí su grado de profesionalización y desarrollo gerencial. Conozco empresas familiares muy avanzadas no solo en el entendimiento de los procesos de Transformación si no también en su implementación dada la muy buena formación y profesionalización de los criterios de gestión que la/s familia/s operan ;y también conozco lo contrario. Por otra parte , muchas veces las empresas familiares que deciden arrancar un proceso de

Transformación , suelen ser más resilientes y enfocadas durante el proceso dado que este proceso normalmente se gesta a primer nivel ejecutivo y familiar. En este punto, es fundamental entender el momento y el tipo de conversación que existe entre las distintas generaciones que conforman la familia. La Transformación, en las empresas familiares, tiene la complejidad adicional de su impacto no solo en la gestión empresarial, si no también en la gestión accionarial y familiar.

¿Qué es lo que más le apasiona de su trabajo?

Retar, guiar y acompañar a l@s líderes o equipos que honesta y francamente quieren acometer un viaje de Transformación de su negocio, desde las personas.

¿Cuál ha sido la gran enseñanza que le ha dejado su carrera como consultor en transformación empresarial?

Las claves del éxito de la Transformación, suelen ser varias y no siempre las mismas, en cambio hay una clave de fracaso en la Transformación, que no falla y es, tratar de complacer a todo el mundo.

FACTOR DE ÉXITO

Revista para el Liderazgo Empresarial y de Negocios

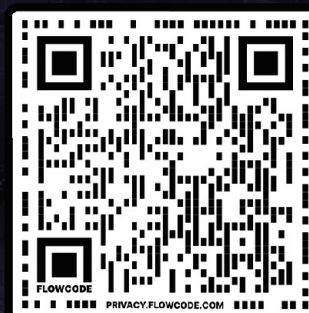
CHILE | ECUADOR | COLOMBIA | MÉXICO | PANAMÁ | MIAMI | ATLANTA | REPÚBLICA DOMINICANA | NEW YORK

ENCUENTRA
todas nuestras
ediciones en
un solo lugar

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

WWW.REVISTAFACORDEEXITO.COM

APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS
EDICIONES



El compromiso de promover conocimientos en educación financiera

Towerbank International Inc., junto con otros bancos de la localidad, se comprometieron mediante un convenio, a brindar apoyo educativo a la Superintendencia de Bancos de Panamá

Lunella Pérez

**Vicepresidente Asistente de Banca Corporativa
Towerbank International Inc.**

La pandemia ha afectado a todos los sectores económicos de todos los estratos sociales. Los bancos han jugado un rol importantísimo apoyando a los negocios, familias, otorgando liquidez adicional, incrementando así la confianza de los clientes.

Existen tres fases importantes que formaron parte de esta situación: reacción, resiliencia y, luego, recuperación. En esta recuperación es donde se experimentó la nueva realidad, que contiene cambios. Para la banca, la pandemia fue un detonante que dio origen a la creación de nuevas iniciativas en su mayoría tecnológicas, enfocadas en la simplificación de costos operativos, con el fin de ser más eficientes.

Así lo explicó Lunella Pérez, vicepresidente asistente de Banca Corporativa Towerbank International Inc., quien además destacó que se originaron varias tendencias como el teletrabajo, reuniones virtuales, tanto internas con el equipo, como externas con los clientes, dando oportunidad a llegar a un universo de clientes potenciales a nivel macro en el sector que representa y en el que se ha desempeñado durante 30 años.

¿Cuáles son los cambios que están realizando en materia de digitalización de la banca?

A medida que la sociedad evoluciona, el no manejo de efectivo y la digitalización se acelera; las entidades Bancarias deben evaluar si mantener cierto número de sucursales, adaptando las que van a continuar, logrando eficiencia en sus costos.

De igual manera, están actualizando y adaptando las bancas electrónicas, de forma que los clientes puedan realizar casi todas las transacciones a través de esta plataforma, sin necesidad de ir al banco.

¿Cuál es su opinión sobre el estatus de la industria bancaria a nivel nacional y en cuanto a la región?

La banca a nivel nacional muestra niveles adecuados de capital, liquidez y una rentabilidad que se va recuperando poco a poco. El sistema financiero permanece resiliente, apoyando a la economía, posterior al levantamiento de las medidas de flexibilidad regulatoria introducidas durante la pandemia.

A nivel regional los activos han ido incrementando, principalmente producto del crecimiento en la cartera crediticia y las inversiones. Estos desempeños vienen apalancados, entre otros, por el crecimiento de los depósitos y otras fuentes de fondeo que crecieron durante el período.

Todo esto producto de la reactivación sectorial y de una mayor demanda por crédito.

¿Cómo prevén los ciberataques a las entidades bancarias?

Ninguna entidad bancaria está exenta de los ataques cibernéticos. Es imposible asegurar que un sistema está protegido al 100 %; sin embargo, la ciberseguridad es una importante inversión para las entidades bancarias. Hay que prevenir, detectar y mitigar.

Como ejemplo podemos mencionar el phishing, el cual es uno de los ataques más populares que afecta, no tan directamente a la entidad bancaria, sino a sus clientes. Este ataque confunde al cliente, haciéndose pasar por el banco para pedirle sus credenciales y, por tanto, robarlas para poder hacer operaciones en su nombre.

En este sentido, es obligatorio para el banco informar constantemente de este tipo de estafas a sus clientes, y recordarles que la entidad nunca les solicitará sus datos de acceso a través de correo o teléfono. De igual manera, preparar al personal para identificar y avisar en su momento cualquier amenaza. Otro punto muy importante es educar al cliente para que no caiga en este tipo de estafa.

¿Cuáles son las estrategias de educación financiera a las que Towerbank International Inc. se ha sumado?

Towerbank International Inc., junto con otros bancos de la localidad, se comprometieron mediante un convenio, a brindar apoyo a la Superintendencia de Bancos de Panamá, para promover conocimientos en educación financiera, que son importantes para el desarrollo del país. Todo esto a través del Portal web "Tu Balboa Con Sentido".

El convenio ofrece la oportunidad a la población, de adquirir conocimientos necesarios para el mejor manejo de sus finanzas, la importancia del ahorro, las implicaciones de las decisiones financieras que tomamos, así como entender y aplicar conceptos económicos y financieros básicos.

¿Cree usted que las transformaciones tecnológicas están directamente ligadas a la evolución de las organizaciones? ¿Por qué?

Es correcto. En el ámbito bancario, la nueva tendencia de E-Commerce, pagos electrónicos, criptomonedas, han dado oportunidad a la creación de nuevas plazas de trabajo en esas áreas. Los bancos deben pensar en estrategias de reinversión constante. Estamos en una banca dinámica y evolutiva.

En este mismo sentido todas las organizaciones deben ir evolucionando, para facilitar la accesibilidad de sus productos o servicios, a través de las plataformas digitales y al mismo tiempo simplificar los costos operacionales.

¿Considera que el panameño en general tiene una buena salud financiera?

Interesante pregunta. Considero que el panameño se preocupa por ahorrar y más teniendo accesibilidad a las entidades financieras con diversos productos pasivos, incluso en su casa.

Pienso que de sus ingresos, por muy pocos que sean, extrae una pequeña porción para guardarla. En relación con datos de la Asociación Bancaria, el 90 % de los depósitos en el Sistema Bancario pertenecen a pequeños ahorristas. Eso deja constar la consciencia que se tiene sobre el valor del ahorro.

Ante la gran influencia y terreno que han ganado las criptomonedas en las finanzas del mundo, ¿cree usted que en algún momento esta economía digital pueda sustituir definitivamente a la economía tradicional?

Creo que la economía digital puede tener un rol más significativo pero no sustituir definitivamente a la economía tradicional, ya que la economía tradicional se ha ido transformando y modernizando, al punto que el dinero en efectivo ha sido, durante milenios, la única forma de hacer intercambios monetarios.

Sin embargo, con la llegada de la era digital, los pagos físicos o en efectivo se han minimizado. Pagar con tarjeta sin contacto, o enviar dinero a alguien con sólo conocer su móvil, es mucho más cómodo y seguro que llevar efectivo encima. Se reducirían los robos y la pérdida de dinero.

Las criptomonedas vienen a ser una nueva forma de pago rápido

y anónimo, desde cualquier parte del mundo, una nueva forma de ahorro y de inversión que va creciendo día a día, sin embargo, es mucho más riesgosa y volátil que las monedas tradicionales.

En conclusión, la economía digital va a tener un rol paralelo con la economía tradicional por mucho tiempo, ya que hay pocas empresas y servicios aceptando pagos mediante criptomonedas.

¿Cómo describe sus años de trayectoria?, ¿Qué aspectos de su vida personal y profesional puede resaltar?

El modelo a seguir que me dejó mi padre Camilo O. Pérez (Bona Fide) y el apoyo incondicional de mi esposa y mis tres hijos, mi matrimonio estable de 33 años, han sido los principales pilares en estos 30 años de trayectoria bancaria.

Inicié mi carrera bancaria desde un puesto de oficinista hasta llegar al puesto que tengo actualmente, adquiriendo una vasta experiencia. En mi vida personal como la profesional aprendí que resolver los problemas de manera inmediata, aprovechar las oportunidades, el diálogo y la negociación, son cualidades muy importantes para una persona positiva.

Hay cualidades que debe tener todo banquero para el éxito, como honradez, humildad, positivismo, constancia, perseverancia y calidad humana, incluyendo el buen trato a las personas, tanto a compañeros como a los clientes. El trabajar en la banca durante todo este tiempo, ha sido una experiencia retadora, dinámica y sumamente gratificante.

ExL

Liderazgo Exponencial

ESTRATEGIA, PROPÓSITO



MOTIVACIÓN Y FEEDBACK

IMPULSA EXPONENCIALMENTE A TU COMPAÑÍA

Los actuales entornos empresariales requieren **una nueva forma de liderar. Lleva a tu compañía** hacia el liderazgo de la era digital **y cumple tus objetivos**

Líderes que forman Líderes

 @LIDEREXPONENCIALOF

 LIDEREXPONENCIAL

Cada empresa familiar es un mundo en sí mismo

Tres década asumiendo el reto de asesorar dinastías familiares con la energía, dedicación, confidencialidad y prudencia que cada caso merece

Raúl Serebrenik

**Fundador y presidente de Fecig,
Family Enterprise Consulting International Group**



Raúl Serebrenik G. es fundador y presidente de Fecig, Family Enterprise Consulting International Group, empresa de consultoría con sede en Bogotá-Colombia y en Miami-USA. Es asesor de familias empresarias, que han logrado la longevidad y se han consolidado como “Dinastías Familiares”.

El también acedémico e investigador posee una amplia trayectoria en más de 27 países y ha desarrollado un modelo propio: “Modelo de la Consolidación de las Dinastías Familiares”, del cual hace referencia, tanto en sus intervenciones como en sus publicaciones y, en especial, en su libro Dinastías empresariales.

Señala que el modelo Serebrenik es la consecuencia de aplicar el método científico al campo de las empresas familiares, más desde la perspectiva de la consultoría, donde claramente el enfoque teórico de los últimos años ha consistido en observar o tratar de estructurar un discurso sobre cómo se realiza de manera sistemática el paso de lo que ocurre en las empresas familiares de una primera a una segunda generación y de una segunda a una tercera generación, en especial algunas de las dinámicas y procesos de lo que sí o sí, deben vivir una empresa familiar.

“Decidimos comenzar un camino poco explorado, y fue el de buscar cuáles han sido las empresas más antiguas que siguen en operación. Encontrando cerca de 74.000 organizaciones en 139 países que han logrado superar los 100 años; con una muestra tan significativa, nuestro enfoque lo reducimos a unas 9.000 organizaciones de más de 200 años, algunas de ellas de más de 500 o, inclusive, de más de 1.000 años operando. Ya sabiendo que existen este tipo de organizaciones, enfocamos nuestros esfuerzos en identificar los “factores de éxito” que han permitido la continuidad de estas organizaciones, encontrando datos muy relevantes, como por ejemplo que más del 90 % de estas organizaciones siguen manteniéndose como organizaciones de carácter familiar, este proceso nos llevó a poder identificar dónde estas familias empresarias longevas enfocan sus esfuerzos, su energía, su tiempo y su dinero. Con estos datos fuimos creando y desarrollando el modelo Serebrenik”.

En sus años trabajando con dinastías familiares, Raúl Serebrenik, comenta para Factor de Éxito que “gran parte de nuestra ganancia es la satisfacción de ver cómo logramos impactar positivamente en cada familia con la que hemos interactuado. Inclusive en los peores casos, donde nos han tocado las familias más disfuncionales, se logran grandes cosas positivas. Esta es una profesión donde cada día aprendemos más y asumimos nuestro rol con una gran humildad y responsabilidad preparándonos más y más”.

¿Cómo ha impactado la transformación digital el modelo Serebrenik? ¿Ha sido necesario evolucionar el modelo?

Qué buena pregunta. Debo mencionar que la pandemia ha puesto a prueba una vez más a todas las organizaciones y países en el mundo, parte de lo que sucedió es el aceleramiento de modelos de negocios en el mundo virtual y en el mundo digital, de alguna manera también puso a prueba el modelo, generándonos grandes satisfacciones, puesto que, sin querer queriendo, se logró demostrar que el modelo es producto de identificar de manera tácita cómo estas familias longevas han manejado momentos históricos de crisis y conflictos, cómo han manejado tradición e innovación con todas las paradojas que esto pueda significar. El modelo como tal se reafirmó fuertemente, ya que demostramos que las familias que lo habían implementado de una manera adecuada y profunda lograban ser más resilientes a esta situación de crisis. Yo diría que el modelo no tuvo cambios significativos; lo que sí cambió y nos obligó a ser más creativo fue en la forma de aplicarlo, y la pandemia nos permitió tomarnos el tiempo para desarrollar más herramientas de forma digital para mejorar nuestros procesos de consultoría y, sobre todo, de diagnóstico, de esta manera llevando el modelo a un siguiente nivel

En tiempos de transformación digital, ¿son las empresas familiares más reticentes a los cambios que exige el mundo?

Curiosamente, en una entrevista que me hicieron en República

Dominicana en el 2019, unos meses antes de la pandemia, mencionaba que los principales retos que tenían las empresas familiares en el mundo en aquel momento eran: 1) acelerar sus procesos de transformación digital de manera profunda y para esto debe 2) invertir fuertemente en temas de cultura organizacional y su equipo de colaboradores, para lograr tener el equipo adecuado que acompañe este proceso y buscar 3) una mayor internacionalización inteligente de sus empresas, en especial, los países latinoamericanos, dadas las oportunidades de los cambios geopolíticos que se están generando en este preciso momento

Según la RAE, dinastía significa: Familia en cuyos integrantes se mantiene a lo largo de generaciones una misma profesión u ocupación, a menudo perpetuando la influencia política, económica o cultural. En esta era de cambios y transformaciones, ¿es válido el término dinastía para su modelo?

Oh, pienso que hoy más que nunca, una dinastía empresarial la definimos como una familia empresarial que ha logrado pasar más allá de 4 o 5 generaciones manteniendo un proyecto común. Lo que demuestran las cifras de manera contundente es que si en el mundo se han logrado identificar algo más de 74.000 organizaciones longevas, donde más del 90 % de estas siguen siendo familiares, nos queda más que claro que el mejor modelo para lograr la continuidad y la longevidad de una organización es que continúen siendo de carácter familiar. Claro, eso requiere de un esfuerzo mayor, pero, obviamente, a esto es lo que nos dedicamos, a ayudar a las familias a construir ese camino si esa es su voluntad.

¿Cuáles son las claves para que las nuevas generaciones gestionen avances e innovaciones dentro de las empresas familiares?

Curiosamente, estaba esta semana asistiendo a un evento con dos familias empresarias de Japón, que han logrado mantenerse no solamente vigentes, pero también en crecimiento por los últimos 350 años y una de las conclusiones principales fue que la tradición hay que conservarla, pero la principal tradición de la familia es estar innovando permanentemente, el estar atentos a las oportunidades que los entornos económicos van generando, y la formación permanente y adecuada de las siguientes generaciones se tornan factores críticos de éxito y de continuidad.

Por esto, estamos desarrollando una maestría en liderazgo positivo para empresas familiares que perduran. Este programa lo estamos desarrollando en conjunto con varias universidades y profesores de Japón, Israel, Europa y los Estados Unidos, liderado por una de las mejores universidades de Latinoamérica.

¿Por dónde se comienza el traspaso generacional dentro de una empresa familiar?

Desde la perspectiva de una empresa familiar que está en primera generación, nuestros estudios demuestran que, después de alcanzar un tamaño mediano, los fundadores comienzan a tener una mayor preocupación por los procesos de sucesión de las personas claves en la organización y comienzan a entender que este tema en particular debe abordarse más como un proceso que como un evento, lo cual es muy importante entender que esto toma su tiempo y se debe planificar primero, hacer la arquitectura y el diseño de ese proceso, e implementando,

contrario a lo que nos ocurre con las empresas longevas, que lo ven como parte integral de las tareas que deben desarrollarse en el día a día, más que un proceso de sucesión, lo ven como un proceso de incorporación de las nuevas generaciones a las estructuras empresariales y de gobierno de la familia.

En su experiencia como asesor a empresas familiares, ¿qué ha sido lo más retador?

Hemos tenido casos muy interesantes y, probablemente, únicos, como por ejemplo el de ayudar una familia en la repartición de su herencia después de estar envuelto en una dinámica de más de 20 demandas jurídicas entre ellos. Esta familia estaba compuesta por más de 30 hermanos de un mismo padre y varias madres; después de casi 3 años, logramos que se eliminaran las demandas entre ellos, que logran llegar a un acuerdo amistoso y que se incrementaran las buenas relaciones familiares y, sobre todo, dar el ejemplo a las siguientes generaciones que todo conflicto familiar se puede resolver por caminos alternativos, donde tengas soluciones creativas y más positivas para la familia y su patrimonio.

Otra fue el de poder entender la dinámica y la cultura de una de las empresas familiares más antiguas de Europa, con más de 500 años de historia, con más de 200 socios familiares. Otra fue con una familia donde casi todos sus miembros (tres generaciones) sufrían de alguna adicción.

En fin, en los últimos casi 30 años que nos hemos dedicado a este campo y en casi 27 países, donde de alguna manera hemos llegado, ya se puede usted imaginar que tenemos un muy buen material (a manera de broma) para cualquier director de cine en Hollywood.

Maestría Oficiales

- 🔍 **Máster en Dirección de Ciberseguridad**
- 🔍 **Máster en Compliance, Ciberseguridad y Gestión de Riesgos**
- 🔍 **Máster oficial en sistemas integrados de gestión**
- 🔍 **Máster en liderazgo positivo y desarrollo personal**
- 🔍 **Máster en Project Management**
- 🔍 **Máster Usabilidad UX Online: Analítica y diseño gráfico para proyectos Web**
- 🔍 **Máster en Marketing digital y big data**
- 🔍 **Máster en Innovación de Negocios Digitales**

El inversor hoy es más aventurero a comenzar gestiones por vías remotas

El uso de las herramientas, afirma la especialista en negocios, permiten generar confianza en los clientes y llevar muchos de los procesos de inversión totalmente online

Alix Moyron Broce

Directora Comercial ProPanamá



Licenciada en Creación y Desarrollo de Empresas del Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, México, Alix Moyron Broce, señala que trabajar en ProPanamá representa para ella “mostrar al mundo todo lo que un país tan chiquito y con tantos recursos puede ofrecer”.

Y es que Panamá, afirma la directora Comercial de Propanamá ha trabajado en crear una infraestructura de nivel, generando reformas que propicien un ecosistema de negocios y así generar mayores ventajas para las empresa e inversionistas que las están buscando. Panamá, actualmente, cuenta con más de 10 zonas francas y 10 más en construcción, buscando atraer a empresas que hagan negocios internacionales a que se establezcan con varios beneficios como de carácter migratorio, laboral y fiscal.

“Nos hemos colocado como un importante HUB marítimo, aéreo, logístico, y financiero en el mundo y la región, siendo una opción importante para las empresas del mundo. Panamá además ha creado distintas leyes como SEM Y EMMA, que promueven el establecimiento de Multinacionales en el país, generando una importante inyección económica y generación de empleos. Actualmente, nos

sentimos orgullosos de decir que contamos con más de 159 multinacionales establecidas en la República. Todas estas acciones logradas, producto de una fuerte intención de posicionamiento y reconocimiento internacional como una plataforma de negocios mundial, atrayendo empresas, inversionistas y familias a nuestro bello país”, señala Moyron.

Por su experiencia liderando equipos de negocios, conversamos con ella sobre las perspectivas de Panamá en el entorno global de transformación digital y el trabajo de ProPanamá como agencia para la atención de inversionistas extranjeros.

¿Qué significa para usted trabajar en una organización como ProPanamá, clave para el país?

Es el compromiso de dar una imagen positiva de Panamá en la calidad de sus profesionales y la responsabilidad de ser un frente de la percepción internacional de nuestro país. Muchas veces son entidades como la nuestra con las que los empresarios globales interactúan en sus inicios y por quienes estos mismos deciden continuar o descartar el proyecto Panamá; es por esto que nosotros, como agencia, tomamos muy en serio nuestra labor y nos comprometemos totalmente con la visión, misión y objetivos de nuestro cliente.

Coméntenos sobre el proceso de transformación digital de la organización durante los últimos años.

Nosotros siempre hemos tratado de ser una organización que utiliza la tecnología a su favor, para hacer de nuestros procesos los más eficientes posibles. Después de la pandemia, como en muchas organizaciones, se dio un cambio

importante. Nos dimos cuenta de que se podía tener trabajadores teletrabajando y el compromiso, rendimiento y eficiencia no se veían afectados, sino todo lo contrario. Fue un modelo tan bien incorporado que hoy, parte de nuestro talento hace teletrabajo y es más orientado a los resultados que a las horas sentadas en la oficina.

Las reuniones virtuales, la tecnología y las herramientas digitales son una clave del éxito en empresas como la nuestra, ya que la mayoría de nuestros clientes NO se encuentran en territorio Nacional, por lo que nosotros tenemos que poder captar al cliente y generar la confianza, sin habernos conocido personalmente, TODO a través de medios que nos permiten la interacción a distancia. Lo que hace esto posible es la utilización de todas las herramientas que dan estructura y formalidad a nuestra organización.

¿Cómo han logrado los inversionistas en Panamá adaptarse a la transformación digital ligada a la nueva normalidad pospandemia?

Todas las organizaciones, así como la nuestra hemos tenido que evolucionar. Algunas han cambiado el giro de sus negocios un poco, otras se han digitalizado, otras cambiaron por completo sus actividades para adaptarse a los nuevos retos globales. El inversor hoy, es más aventurero a comenzar procesos, gestiones o visualización de una proyección con Panamá, por vías remotas. El uso de las herramientas nos permiten como empresas generar confianza en nuestros clientes y llevar muchos de estos procesos online, totalmente. Hoy para aperturar una cuenta bancaria o una Sociedad Anónima en Panamá no se requiere estar físicamente.



Existen programas de residencia por inversión, como lo es el Inversionista Calificado, en donde el inversionista extranjero puede, desde su país, hacer la inversión y comenzar el proceso migratorio para obtener su residencia en Panamá. Mi sentir es que gracias a que se rompieron muchos tabús, nos abrimos a la experiencia, tanto profesionales como inversionistas a la utilización de herramientas tecnológicas para ser más eficientes y generar resultados.

¿Cómo funciona el servicio de asesoría que ofrece a los inversionistas? ¿Cuál considera que es el factor diferenciador de ProPanamá?

Somos una agencia privada de especialización en la atención de inversionistas extranjeros, los apoyamos a vincularse de alguna manera con Panamá. Como empresa privada, brindamos servicios de atención totalmente customizados, a través de nuestras diversas líneas de negocios. Somos

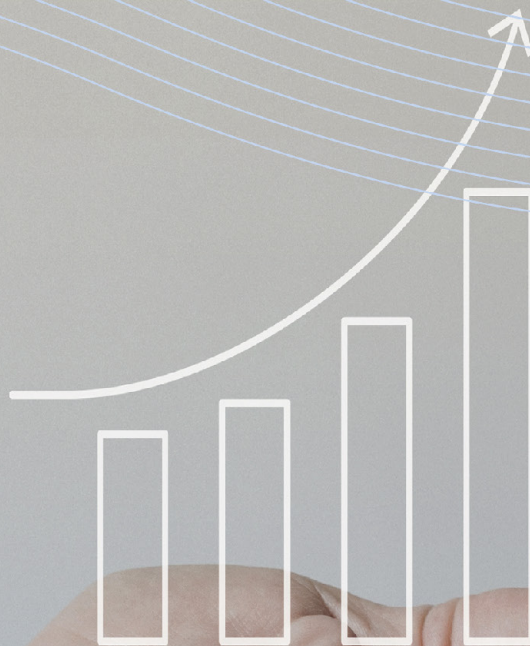
capaces de apoyar a los clientes a crear proyectos de establecimiento de empresas, con toda la debida y correcta estructuración legal y fiscal. Hacemos todo lo que es migración por inversión y apoyamos a encontrar las inversiones apropiadas para el cliente. Tenemos una división de Aduanas que ve toda la parte regulatoria y procesos de Importación y Exportación.

Nos consideramos un ONE STOP SHOP, ya que a través de todas nuestras alianzas comerciales, somos capaces de dar atención y vincular a todos nuestros clientes en diversas áreas.

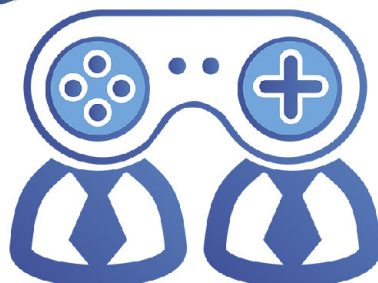
¿Cómo es la situación de las inversiones migratorias en Panamá? ¿Qué ventajas ofrece el país para este tipo de inversionistas?

La industria de Migración por Inversión ha existido desde hace muchos años, lo que es una

realidad es que Panamá está siendo cada vez más popular y más reconocida por uno de sus programas. Este programa es bajo la categoría de Residente Permanente en calidad de Inversionista Calificado. Es decir, el solicitante debe realizar en la República de Panamá una inversión proveniente de una fuente extranjera, para poder aplicar y en 30 días recibir la Residencia Panameña con posibilidad de obtener pasaporte después de cinco (5) años. El monto mínimo de inversión para poder aplicar actualmente es de (US\$.300,000), monto que el 15 de octubre de este año aumentará a (US\$.500,000). Por lo que los expertos del mundo en la industria lo consideran un excelente programa y muy accesible. Inversionista Calificado, sin duda, está atrayendo a familias e inversionistas del mundo a que vivan o invitan en Panamá.



ONLINE Y
PRESENCIAL



The Business is a Game

FORMAMOS PROFESIONALES

Nos esforzamos en brindar una formación de alta calidad, contamos con infraestructura bien formada de conocimiento y recursos.

El reto de la sostenibilidad en la medicina

Buscan reducir los impactos adversos de sus productos en la salud y el medio ambiente en todo el ciclo de vida, desde la fabricación y el uso hasta el final de la vida útil

Vanessa Vértiz

Directora y gerente general de Merck Group



Vanessa Vértiz lidera la iniciativa WIL (Women in Leadership), desde la cual se han desarrollado diferentes actividades para fortalecer el desarrollo de las mujeres en Latinoamérica.

Además, es licenciada en Comunicación por la Universidad de Lima con una especialidad en publicidad y estudios en temas gerenciales, liderazgo femenino, gestión de estrategia y negocios.

Cuenta con más de 21 años de experiencia y se unió a Merck en 2017 como head de Market Access & Pricing, en 2018 asumió la posición de managing director y general manager para Healthcare en Perú, y en 2022 fue nombrada como Directora y gerente general para Merck en Centroamérica y Caribe.

Vértiz explica que, al igual que muchos otros sectores, la industria farmacéutica tuvo que reinventarse con la llegada de la pandemia y dieron un giro de 180° con la finalidad de cuidar a los colaboradores, sus familias, sin dejar de cubrir las demandas de la comunidad médica y pacientes.

“Desde el año pasado establecimos programas y soluciones a nivel interno, así como estrategias externas que permitieran continuar con la operación, el contacto con las entidades de salud en cada uno de los países donde estamos presentes y las alianzas con la

comunidad médica que requieren de nuestro apoyo y soporte para la atención de sus pacientes”.

Tal fue el caso del acercamiento que tuvieron con el Ministerio de Salud de Guatemala, con quienes llevaron a cabo un donativo superior a las 200 mil mascarillas KN-95, para fortalecer la bioseguridad del personal de primera línea que se encontraba combatiendo a la Covid-19 a inicios de la contingencia.

“Creemos que nuestro deber desde Merck Group, no es solo conservar los recursos al desarrollar nuestros productos, sino también ayudar a nuestros clientes a aumentar la sostenibilidad de los suyos. El embalaje protege nuestros productos de influencias externas y garantiza que lleguen a nuestros clientes sin daños. Por lo tanto, estamos optimizando el tamaño, el peso y la reciclabilidad de nuestros empaques, mientras mantenemos nuestros productos seguros y protegidos”.

Vértiz explica que en el sector comercial de ciencias de la vida, su objetivo es reducir los impactos adversos de sus productos en la salud y el medio ambiente. Esto se aplica a todo el ciclo de vida, desde la fabricación y el uso hasta el final de la vida útil.

Al mismo tiempo, buscan hacer que sus productos sean más eficientes y fáciles de usar, preguntándose desde el comienzo del desarrollo del producto cómo conciliar mejor estos requisitos.

“Desde nuestra área de Cuidado de la Salud, nuestro objetivo es reducir cualquier impacto adverso que nuestros medicamentos puedan tener en el medio ambiente durante su desarrollo, fabricación, transporte, uso y eliminación.

Estamos desarrollando una estrategia global para hacer que nuestros medicamentos, nuestros dispositivos médicos y sus envases sean más ecológicamente sostenibles y fáciles de usar.”

Actualmente, a nivel global tienen tres objetivos medioambientales, que se centran en las emisiones de gases de efecto invernadero, el agua y los residuos. De ellos, los objetivos relacionados con el clima (ser climáticamente neutros en 2040) y el agua (el objetivo es mejorar la huella hídrica tanto en calidad como en cantidad en 2030) son completamente nuevos.

“La pandemia nos obligó a acelerar la adopción de recursos digitales para dar continuidad a nuestros negocios, adaptarnos a los cambios del entorno y aprovechar las nuevas oportunidades. En Merck no estuvimos ajenos a este proceso y afortunadamente ya contábamos con soluciones que nos permitieron salir fortalecidos del proceso de transformación.”

De acuerdo a Vértiz, trabajaron desde lo más cotidiano, como potenciar el uso de la tecnología para mantenerse en contacto a través de herramientas digitales para la visita médica, pasando por el uso de la tecnología mejorar la eficiencia de los canales de suministro, hasta un nivel mucho más sofisticado aprovechando los avances en tecnología digital y biotecnología con las que están cambiando el mundo a través de la medicina de precisión y los paradigmas de tratamiento en el cuidado de la salud.

Por otra parte, la representante destaca que la participación cada vez mayor de mujeres en carreras STEM, por sus siglas en inglés ciencias, tecnología, ingeniería y matemáticas, las cuales tienen



una alta demanda en el mercado laboral, es un factor decisivo en ese avance.

Luego está el reconocimiento por parte de las compañías respecto a que los equipos diversos pueden desarrollar ideas más innovadoras y que, cuando personas de diferentes contextos trabajan juntas, sus perspectivas únicas a menudo conducen a una mayor creatividad y mejores resultados de negocio.

Actualmente, una empresa que planea seriamente su crecimiento sostenible debe tener, como parte de sus prioridades, estrategias para potenciar la diversidad, equidad e inclusión, asegura Vértiz.

“En Merck Centro nos sentimos muy orgullosos de ya contar con un ratio de 50 % posiciones de liderazgo ocupado por mujeres, lo que es un objetivo

de nuestra corporación para el 2030 y de tener un programa (WIL – Women in Leadership) dedicado a promover igualdad de condiciones para que hombres y mujeres compitan por posiciones de liderazgo”.

Respecto al avance de las terapias inmuno-oncológicas en la región, Vértiz asegura que estas representan una buena alternativa para mejorar los tratamientos, ya que ayudan a que sea el propio sistema inmune quien ataque a las células enfermas distinguiéndolas de las células sanas, y con ello, generando un impacto menor en la salud de los pacientes.

“Entre los objetivos de la compañía se encuentran el crecimiento rentable de las distintas líneas de negocio por medio del lanzamiento de terapias inmuno-oncológicas innovadoras en la región y la

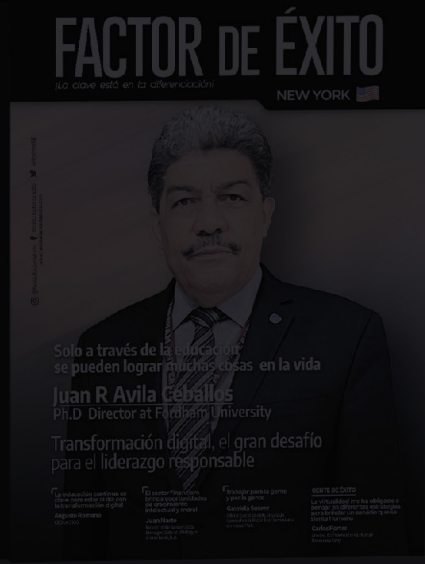
distribución y comercialización de productos para atender enfermedades que tienen gran impacto en la salud pública”.

Para ella, liderar una subsidiaria en una empresa como global Merck presenta desafíos interesantes y una experiencia profesional inigualable. “Lo primero para afrontarlo, es tener una visión clara, de hacia dónde queremos llevar a la organización y que debemos empezar a hacer hoy para lograr esa meta de mediano y largo plazo”.

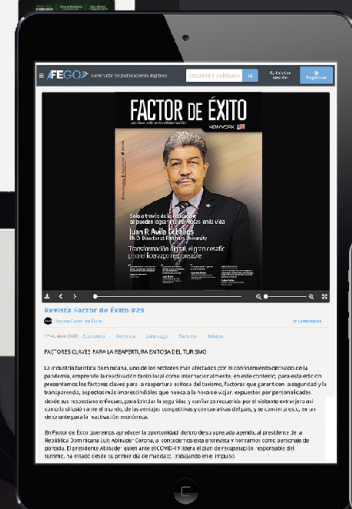
Destaca que, en una región como Centroamérica y Caribe, este proceso de liderazgo es aún más complejo por la diversidad de territorios (16 países) del equipo (más de 200 personas de 18 nacionalidades) y las particularidades de cada mercado.



Visualización y descarga
a través de la plataforma
www.fego.digital



APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS
EDICIONES



En el Grupo Sambil, el capital humano es una familia, está en el ADN de la empresa

Jonathan Cohen, director de Constructora Sambil, con operación en 4 países y más de 60 años de historia, afirma que la adaptación es la clave en el mundo que vivimos hoy en día, en el cual las empresas se deben acoplar a los cambios para innovar con creatividad y paciencia

Jonathan Cohen

Director Constructora Sambil

Jonathan Cohen es nieto del ingeniero civil, Salomón Cohen Levy, quien, en 1958, fundó Constructora Sambil en Venezuela. Una empresa familiar que por décadas ha ido evolucionando, desde desarrollar edificios de vivienda en sus comienzos, hasta llegar a construir grandes centros de compras, hoteles, y oficinas en varios países de Latinoamérica y el Caribe, incluso en España.

El Grupo Sambil es considerado un caso de éxito dentro del sector inmobiliario y hotelero latinoamericano. Como parte de las nuevas generaciones de la familia Cohen que ya van tomando el timón en cada vertical de los negocios empresariales, Jonathan miembro de la directiva que lidera la expansión internacional del grupo, afirma que muchas de las herramientas que aplica en su liderazgo como director las aprendió en sus años de practicante del paracaidismo. “Con cada salto me quedó el aprendizaje que nada es fácil en esta vida, cada meta requiere un esfuerzo, mucha dedicación y constancia, donde la perseverancia y la paciencia también juegan un rol importante.

En cuanto a la transformación digital, explica que es importante que cada acción de innovación tecnológica vaya de la mano con las personas que conforman las empresas, así como con la integración de las comunidades que son parte de los centros comerciales o empresariales.

Conozcamos un poco más de la visión empresarial de este joven, que cambió desde hace unos cuantos años su traje de paracaidismo por uno

de ejecutivo, para así asumir responsabilidades y tomas de decisiones que, ocasionalmente, también llevan su riesgo controlado.

¿Qué es lo que más le apasiona de sus responsabilidades como director?

Me apasiona que Sambil es una empresa que siempre se ha dedicado a seguir creciendo, enfocada en la búsqueda de oportunidades no sólo para la compañía, sino para las personas que trabajan en la misma. De igual manera, colaboramos con el crecimiento de las comunidades, una dinámica que tiene la empresa desde hace más de 60 años. Me da

muchísimo orgullo ver cómo nuestros proyectos tienen calidad de exportación y se pudieron establecer en República Dominicana, Curazao y en España.

También me satisface que llevamos inversión fresca que genera fuentes de empleo, por lo que impulsamos un modelo de negocio legítimo con cada desarrollo, y las comunidades alrededor de donde nosotros nos establecemos siempre tendrán un producto de máxima calidad e incluyente. Pero, sobre todo, un espacio familiar con múltiples opciones en cada plaza comercial.

¿Qué tan importante es que cada proyecto tenga una integración con las comunidades, donde la innovación tecnológica tenga su rol y el capital humano también?

El concepto Sambil tiene entre sus propósitos el integrar

a nuestras comunidades, que perciban cada espacio Sambil, como un lugar para el disfrute, el entretenimiento familiar, con las herramientas tecnológicas que nos permita una logística de seguridad avanzada. Con acciones de transformación digital, buscamos recopilar data e información sobre cuántas personas entran los centros comerciales y qué hacen cuando están en estos espacios.

De esta manera hacemos los lugares más amigables para diversos gustos. La transformación digital bien aplicada nos permite analizar toda la data e ir mejorando siempre en función de lo que el visitante quiera, para nosotros lo más importante es que deseen volver a cada lugar edificado por nosotros. Mientras que esa data también es funcional para enfocarnos muchísimo en nuestro capital humano que forma parte de todos los negocios de la empresa: hoteles, plazas entre otros proyectos.

Es importante hacer sentir a todos nuestros empleados como parte de la familia Sambil, somos una empresa de origen familiar y eso lo llevamos en nuestro ADN.

¿Cuáles considera han sido los principales aprendizajes, cambios y hacia que tendencias se inclinan ahora los proyectos de Constructora Sambil en esta época pospandemia?

El principal aprendizaje es asimilar que vivimos en un mundo disruptivo, que puedes planificar y llevar a cabo ciertas estrategias pensando que todo va a seguir como está y resulta que viene una pandemia y cambia por completo todo lo que pensabas que iba a suceder.



Cuentas con un modelo de negocios, con tus estrategias y presupuesto para ejecutar diversos planes de crecimiento. Y de pronto te debes replantear muchas cosas por un cambio repentino de las realidades, como nos lo hizo ver esta pandemia. En nuestro caso, directamente afectó a que no podíamos seguir operando los centros comerciales y empresariales, llega una cuarentena estricta en varios países, todas las personas se van para su casa y empieza la dinámica del trabajo remoto.

Pero, entonces, empiezan a crecer de manera vertiginosa las compras online, y nos damos cuenta de que tenemos todo un mundo digital en el cual nosotros también podemos formar parte y avanzar con nuevas estrategias bajo un modelo híbrido.

Finalmente, todo va buscando su engranaje dentro de los nuevos paradigmas, con una integración de la parte online y offline en cada proyecto. Sin embargo, nos dimos cuenta de que la gente vuelve otra vez a buscar zonas de entretenimiento, a ir de compras de manera física y, aunque se aceleró todo el tema virtual en el mundo, pienso que todos los modelos de negocio se pueden complementar. Lo importante es estar siempre atentos a los cambios, observar, modificar y adaptarnos. Definitivamente, siempre buscar innovar con creatividad y paciencia.

Recientemente, inauguraron el proyecto de un Museo de Océanos Libres de Plástico en Curazao. ¿Cuáles son las principales acciones de RSE que vienen ejecutando en este 2022?

Constructora Sambil cuenta con varias fundaciones en Venezuela, una principalmente que se llama Construyendo Futuros tiene varios programas para apoyar en la alimentación de niños de bajo

recursos, en algunos programas educativos, en la distribución de agua potable a las comunidades, entre otras acciones.

Por otra parte, nosotros creemos muchísimo en el green buildings, es por ello por lo que el Sambil Curazao está completamente alineado hacia el tema sustentable a nivel energético y que tenga sustentabilidad también a nivel de consumo de recursos.

Todo enfocado en muchas acciones, instalamos paneles solares en los techos, creamos puntos para que los carros eléctricos se puedan recargar en el centro comercial y dimos vida al Museo de Océanos Libre de Plásticos de Curazao.

El museo es visitado por niños y jóvenes de muchos colegios, entonces se convierte en un espacio de concientizar a través de información y educación, para que las futuras generaciones sean más conscientes sobre el uso del plástico, de las formas de reciclaje, etc.

De igual manera, tenemos un mini centro de reciclaje, donde convertíamos el plástico en unos hilos y en polvo. Posteriormente, con ese polvo a través de unas impresoras 3D se crean unos productos para vender a los turistas, de manera que convertes un plástico que posiblemente su destino final era un océano en algo que sigue teniendo una utilidad.

Siempre estamos abiertos a tener contacto con varias organizaciones y fundaciones locales para seguir aportando desde nuestros proyectos ya establecidos, así como los que están proyectados a futuro dentro del grupo. El fin, es crear una conciencia ambiental y aportar lo que podamos para hacer las dinámicas más sustentables y sostenibles en el transcurso de los años.



Premium Content

AUTÉNTICO
CORAJILLO®

**Una bebida innovadora
e inolvidable**

Un carajillo listo para tomar que llega a Panamá
para brindar nuevas experiencias de disfrute



Jorge, Ana Laura, Raúl y Adriana Olivo

Los hermanos: Jorge, Raúl, Ana Laura y Adriana Olivo Padilla, que provienen de una familia con gran tradición de trabajo en el sector empresarial de bebidas alcohólicas en Jalisco, deciden en 2019 crear la empresa “Old School Spirits” para lanzar al mercado “Auténtico Corajillo”, un carajillo “ready to drink”.

La bebida regresa a la esencia del carajillo que degustaron los españoles en la época de la Conquista al mezclar café, brandy y azúcar para tomar coraje y enfrentarse en la guerra con Cuba. Así que nace el nombre de “corajillo”.

Dos meses después de la aparición en el mercado de Auténtico Corajillo se decreta el confinamiento por COVID-19 en México y el mundo, situación que no impidió el despunte y posicionamiento del producto a nivel local e internacional. La bebida fue aceptada por las familias y, gracias a su practicidad y sabor, se popularizó rápidamente. Según relatan los hermanos Olivo Padilla, para

febrero ya se había superado el presupuesto anual de ventas, además de que el confinamiento ayudó con el aumento del consumo de este tipo de bebidas.

El producto destaca una presentación práctica e innovadora que logra crear una experiencia inolvidable desde el primer momento. “El desarrollo del shaker se hizo en Guadalajara por especialistas en diseño, se patentó, es único y especialmente para este fin. Su capacidad es para agregar los 50 mililitros de café y licor con hilo al gusto y al final disfrutarlo”.

Los hermanos Oliva Padilla se preocuparon por brindar a los consumidores las medidas exactas, asegurando a los consumidores que cada vez que quiera prepararlo para compartir con amigos o familiares, el Corajillo siempre saldrá igual.

“A medida que fuimos creciendo vimos que los consumidores fueron adquiriendo esta bebida, porque les daba una experiencia, que ningún otro carajillo les

había dado. Nos dimos cuenta que el consumidor que quiere y compra nuestro producto, es aquel que está dispuesto a vivir nuevas experiencias, teniendo la tranquilidad de que siempre puede tener el mismo drink”.

En su expansión internacional, Auténtico Corajillo llegó a Panamá en mayo del 2022 y poco a poco se ha ido posicionando en el mercado, con presencia en diferentes tiendas de conveniencia y e-commerce, gracias a la empresa DISUR, S.A.

“Hemos visto el crecimiento y la aceptación del producto. Sabemos que le es grato a los panameños, ya que siempre buscan estar a la vanguardia con productos premium como el de nosotros”, comentan los hermanos Olivo Padilla.

Actualmente, Auténtico Corajillo se puede encontrar en UVA, Yummy Market, Pre Party, Riba Smith, Da Franco y Foodie. Y la meta de la empresa es llevarlo al resto del continente, así como a Europa y Asia.

A photograph showing a social gathering. In the foreground, there are two glasses of beer with a thick head of foam. A hand is holding a playing card, and several other cards are scattered on a speckled table. In the background, there are bottles of beer, one of which is labeled 'AUTÉNTICO CORAJILLO'.

Momentos para compartir

Los mejores recuerdos son los que se crean rodeados de buena compañía, por eso, una visión que Corajillo tuvo desde el principio es ser parte de esos momentos, es por eso que se ofrece una presentación de empaque doble de Auténticos Corajillos, invitando a que se vuelva una bebida de compañía y que se comparta en cada una de las reuniones con amigos, familia o conocidos.

A photograph showing a glass of beer with a thick head of foam. In the background, there is a dark shaker and a bottle of beer with the label 'CORAJILLO' visible.

El producto

Nos enfocamos en generar una experiencia, que se alcanza por sí sola si se tiene el coraje de formar parte de ella. Al embotellar las porciones exactas, de licor y café se crea un mezcla única, que con tu “shaker” podrás disfrutar y generar recuerdos memorables.

A close-up photograph of dark coffee beans.

La receta

Para que puedas disfrutar de tu “Auténtico Corajillo”, te compartimos la manera de prepararlo:

- Paso 1. Destapa con tu Auténtico Corajillo
- Paso 2. Abre el Shaker quitando primero el tapón y posteriormente la tapa
- Paso 3. Saca las botellas de licor de cítricos con hierbas y café, que se tienen en su interior
- Paso 4. Agrega hielo al Shaker
- Paso 5. Vierte ambas botellas
- Paso 6. Cierra con la tapa y el tapón
- Paso 7. Mezcla a tu estilo
- Paso 8. ¡Disfruta!

AUTÉNTICO
CORAJILLO[®]

Oportunidades de la digitalización para las empresas panameñas

El panel “Modernización de Aplicaciones e Innovación”, estuvo enfocado en el avance a la digitalización de las empresas, sus desafíos y los nuevos caminos de negocio

Panamá es uno de los principales ecosistemas de negocios en Centroamérica y uno de los países clave del Banco Interamericano de Desarrollo en materia de transformación digital, respaldando económicamente los esfuerzos del país en posicionarse como un ecosistema de innovación en la región.

Recientemente, se llevó a cabo en el país el panel “Modernización de Aplicaciones e Innovación”, el cual estuvo enfocado en el avance a la digitalización de las empresas panameñas, sus desafíos y la construcción de rutas personalizadas de transformación

digital que abarquen puntos clave de la estrategia de negocio, tales como los procesos, modelos de gestión, niveles de liderazgo e infraestructuras tecnológicas.

Business IT, grupo empresarial especialista en servicios informáticos de alta tecnología, participó en este panel junto a representantes ejecutivos, como Sergio Cortez, Director de TI en Caja de Ahorros y Jaime Rodríguez, Gerente R. Desarrollo de Software en Grupo KFC de Ecuador.

La sesión contó con la participación de Félix Beitia,

Country Manager de Business IT Panamá, Xavier Paz, Líder de Consultoría Digital Factory y Xavier Hinojosa, Líder Digital Factory, ambos en Business IT, quienes hicieron hincapié en la necesidad de las empresas de migrar a nuevas metodologías de trabajo que les permitan permanecer relevantes en los próximos 25 años.

Sin embargo, también se planteó durante el evento que no todas las empresas son capaces de abordar este desafío de manera exitosa, por lo que se sugirió enfocar el servicio en tres elementos distintivos:

► **Calidad estratégica:** enfocando la identidad corporativa en un propósito y visión distintivos.

► **Alineamiento estratégico:** definiendo un flujo de transformación digital asociado a las necesidades y capacidades específicas de la empresa.

► **Medición de capacidades digitales:** estableciendo un punto de partida basado en el análisis de los procesos, equipos de trabajo, metodologías de gestión, entre otros indicadores corporativos.

Business IT destacó, durante el panel, algunos de sus casos de éxito en la región, como Grupo KFC de Ecuador, donde impulsó las necesidades de digitalización de la compañía a través de tecnologías de innovación para sus procesos, como Azure Learn, BIT Sign y otras soluciones enfocadas en optimizar la gestión de datos, disminuir los costos y elevar la productividad.

“Los esfuerzos de digitalización son más difíciles para las compañías que nacieron con un modelo tradicional que para las nativas digitales, desarrolladas con un modelo más ágil y flexible”, destacó Félix Beitia, “Las empresas tradicionales tienen a favor la confianza desarrollada por los años de

trayectoria y un amplio conocimiento del mercado, siendo capaces de generar mucho valor al implementar las herramientas adecuadas y trazar planes a largo plazo basados en sus necesidades y consumidores”.

En este sentido, Business IT, a través de Green IT, ofrece a sus clientes soluciones tecnológicas para alcanzar sus metas empresariales. Esta metodología permite a las organizaciones reducir sus costos operacionales, incrementar la eficiencia y mejorar la productividad a través de prácticas de Tecnologías de



la Información sostenibles y amigables con el ambiente.

Business IT ha sido recientemente reconocido como Microsoft Partner of the Year 2022 y entre las “50 mejores empresas para trabajar en 2021” por The Silicon Review. La empresa continúa reforzando

su compromiso en el avance de las empresas panameñas a través de sólidas estrategias de digitalización basadas en migración a la nube, gestión de datos, ciberseguridad y comunicaciones, abriéndose paso a una era digital de oportunidades y desarrollo económico para América Latina.



Rootstack.com // info@rootstack.com

Rootnetapp.com



SERVICE DESK



rootstack

Web Solutions | Mobile Applications

Your nearest software outsourcing partner

- Software
- IT staff
- Management

People **+40**

Offices **03**

- Proven experience in multiple technologies
- Eastern time
- Good Non-native
- Experience / R

Es esencial entender al cliente

Crear soluciones digitales pasa por conocer y comprender las necesidades, analizar muy bien la situación y el contexto de la compañía y captar las potencialidades del negocio

Alejandro Oses
CEO de Rootstack



rootstack

Web Solutions | Mobile Applications

Con más de una década de experiencia construyendo soluciones únicas en el mundo de la tecnología, Alejandro Osés, CEO de Rootstack sabe cómo funciona la industria del software y siempre está pensando en nuevas estrategias para ayudar a satisfacer las necesidades de sus clientes.

Él lidera la estrategia general de la compañía con innovación, visión del futuro y un conocimiento profundo de la industria. Se centra especialmente en encontrar nuevas oportunidades de negocio que se puedan convertir en aplicaciones Rootstack. Su experiencia en el desarrollo, implementación y administración de proyectos agrega un valor importante a la empresa, de la cual también es co-fundador.

Afirma que en su carrera profesional ha mezclado dos áreas que parecen distantes pero que le apasionan por igual: la tecnología y los negocios. Entre 2010 y 2019 obtuvo dos títulos, primero como ingeniero de sistemas y computación de la Universidad Tecnológica de Panamá y, segundo, una licenciatura en Comercio y Logística internacional con énfasis en Administración de empresas; luego, años más tarde, obtuvo un máster en Finanzas en la Aden Business School. La curiosidad le ha motivado a seguir creciendo en lo profesional, no solo en el área tecnológica.

Rootstack, busca la excelencia en cada paso. Además de servicios de software outsourcing, también provee tecnología de alta calidad y crea experiencias digitales sobresalientes, junto con un equipo de ingenieros y creativos expertos. La compañía trabaja para empresas de todos los tamaños en Latinoamérica, Estados Unidos y Canadá, entre

las que destacan Hyundai, Caterpillar, Heineken, WPP, Global Bank y The Vitamin Shoppe.

“El equipo y yo tenemos más de 12 años poniendo todo el empeño para hacer el mejor trabajo desde Rootstack, preocupándonos siempre por alcanzar la mayor calidad, teniendo siempre desafíos en proyectos más grandes y más complejos. La pandemia, sin duda, fue una prueba de fuego para las compañías de todo el mundo y fue un reto para Rootstack, uno que supimos abordar de manera satisfactoria”, señala.

Dada su experticia, le preguntamos cuáles son las claves para crear soluciones digitales que realmente ayuden al cliente y haga crecer su negocio. Osés respondió que para crear soluciones digitales efectivas, es indispensable, del lado del partner tecnológico, saber interpretar las necesidades que tiene el cliente. “Muchas veces los clientes no tienen muy definido lo que necesitan para crecer, y en ese sentido necesitan un partner que sepa captar las potencialidades del negocio para proponer la solución digital más oportuna, aparte hay un trabajo en el lado de metodología de trabajo y entendimiento de cómo funciona la industria de implementación y desarrollo de software, como también cuáles son las tecnologías y soluciones que más le funcionan a ellos para poder crecer correctamente en el tiempo”.

Todo esto permite analizar muy bien la situación y el contexto de la compañía del cliente para, entonces, proponer y crear soluciones digitales efectivas.

En Rootstack, a través de los años, Osés y sus socios, han logrado crear una cultura organizacional proactiva, cuyo

principal valor es la comunicación asertiva. “Es muy importante para nosotros comunicarnos de forma oportuna, a tiempo, así todo el equipo trabaja sincronizado, todos mirando hacia el mismo lado y luchando por la misma meta”, expresa.

Para él, una de las claves de su liderazgo en Rootstack es la motivación que siempre trata de transmitir al equipo en cuanto a ser mejores: “nuestra cultura se basa en la evolución, crecimiento y aprendizajes continuos. No ponemos techo a los profesionales de nuestro equipo, queremos que crezcan y por eso impartimos talleres y cursos de formación continua. Empoderamos a nuestro equipo a ser siempre mejores, sean cuales sean sus responsabilidades dentro de la organización”.

Ante un mundo de cambios y avances tecnológicos tan acelerados, el CEO de Rootstack considera que una de las claves del éxito y el crecimiento de su empresa es la capacidad que han desarrollado para adaptarse a los cambios del entorno y asegura: “No nos asustan ni los retos ni los cambios. Siempre tratamos de hallar el camino para resolver los inconvenientes del camino, enfrentándolos con cabeza fría, sin perder el norte de nuestros proyectos”.

Otra de las cosas que los han llevado a ser exitosos como equipo es la disposición siempre de aprender. “La industria tecnológica es muy cambiante y afortunadamente nuestros ingenieros son muy talentosos, siempre están educándose en cursos y talleres sobre las nuevas tecnologías que van saliendo al mercado. Esto nos permite tener un buen desempeño en cada uno de nuestros proyectos”, concluye.

Es momento de apostar por la educación y la familia para transformar al mundo

Como seres humanos, se requiere de mucha consciencia para esto, por lo que Mendoza asegura que, enfocándose en estos dos aspectos, es posible sanar la infancia y así el mundo, por un ambiente más humano, respetuoso y alentador

Luizandra Mendoza

Coaching para familias



A partir de la búsqueda personal de herramientas para vivir mejor en familia, la educadora especialista en la primera infancia, Luizandra Mendoza, descubrió uno de sus propósitos de vida: acompañar a otros a transitar sus retos siendo familia.

Para ella, la educación siempre ha sido la respuesta y cuando habla de esto se refiere a la educación del ser. El ser lleva al interior, a la conexión y a la integración de todas las dimensiones de la propia existencia: mente, cuerpo, alma y emociones.

En entrevista para Factor de Éxito, Mendoza explica que la mayoría de las personas, suelen conectar el término educación sólo con ideas, contenidos y conceptos que entran a la mente, sin embargo la raíz de la palabra “educación” viene del latín *exducere*, que se refiere a sacar de adentro.

Es decir, que más que introducir información, la educación sugiere invitar al niño o a la persona a exteriorizar lo que hay dentro de sí, y dentro del ser humano hay recursos que pueden potenciar su vida y aportar a la comunidad.

Allí es cuando entra la familia como primera escuela para educar al niño a encontrarse con ese tesoro que lleva dentro y alentarlos a dar lo mejor de sí para esa transformación tan necesaria en el mundo. Como seres humanos, se requiere de mucha consciencia para esto, por lo que Mendoza asegura que si todos se detienen a dar prioridad a la familia y a la educación, es posible sanar la infancia y así el mundo, por un ambiente más humano, respetuoso y alentador.

Sus experiencias y estilo de comunicar sus aportes es lo que en verdad hace única cada propuesta.

“La aventura de hacer familia empezó con el hecho de vivirla junto a mi esposo, quien nació con pérdida auditiva profunda, pero además a su lado sobreviví al cáncer pediátrico de mi hija menor cuando apenas era una bebé, a la migración y al alzhéimer de mi suegro”.

Sin embargo, la adolescencia llegó a su maternidad para brindarle la oportunidad de integrar todos los desafíos vividos anteriormente porque le motivó a emprender el viaje más hermoso que hizo jamás: el de conocerse e ir dentro de sí misma.

“Alrededor de esta realidad gira mi contenido principal que es alentar a los padres a ver cada dificultad en la crianza y en la familia como un puente que puede conducir a la evolución. Cuando proyecto este mensaje me gusta hacerlo de manera cercana, sensible y empática porque eso me lleva a conectar con el dolor, la angustia y el miedo de otros, y así brindarles una mirada y una mano llena de esperanza”.

Actualmente, dicta el taller de Disciplina Positiva y acompañamientos en los que brinda un espacio seguro de escucha, contención y muchas preguntas poderosas. “Vivimos dinámicas que le permiten a los padres entender las emociones, pensamientos, conductas y decisiones que los hijos toman a partir de cada situación y, además, comparto herramientas que llevan a la persona a revisar cómo están sus relaciones interpersonales y a diseñar un propósito en la crianza basado en el desarrollo de habilidades para la vida en un ambiente de aliento, respeto mutuo, en el que logramos combinar la firmeza y la amabilidad, y en donde los errores son vividos como una oportunidad para aprender”.

En esa carrera por llegar a las personas de múltiples maneras y no quedarse atrás en los medios digitales, Luizandra entendió

que para ser coherente con su contenido que habla de cercanía debe adaptar su estilo a las herramientas, por encima de las tendencias.

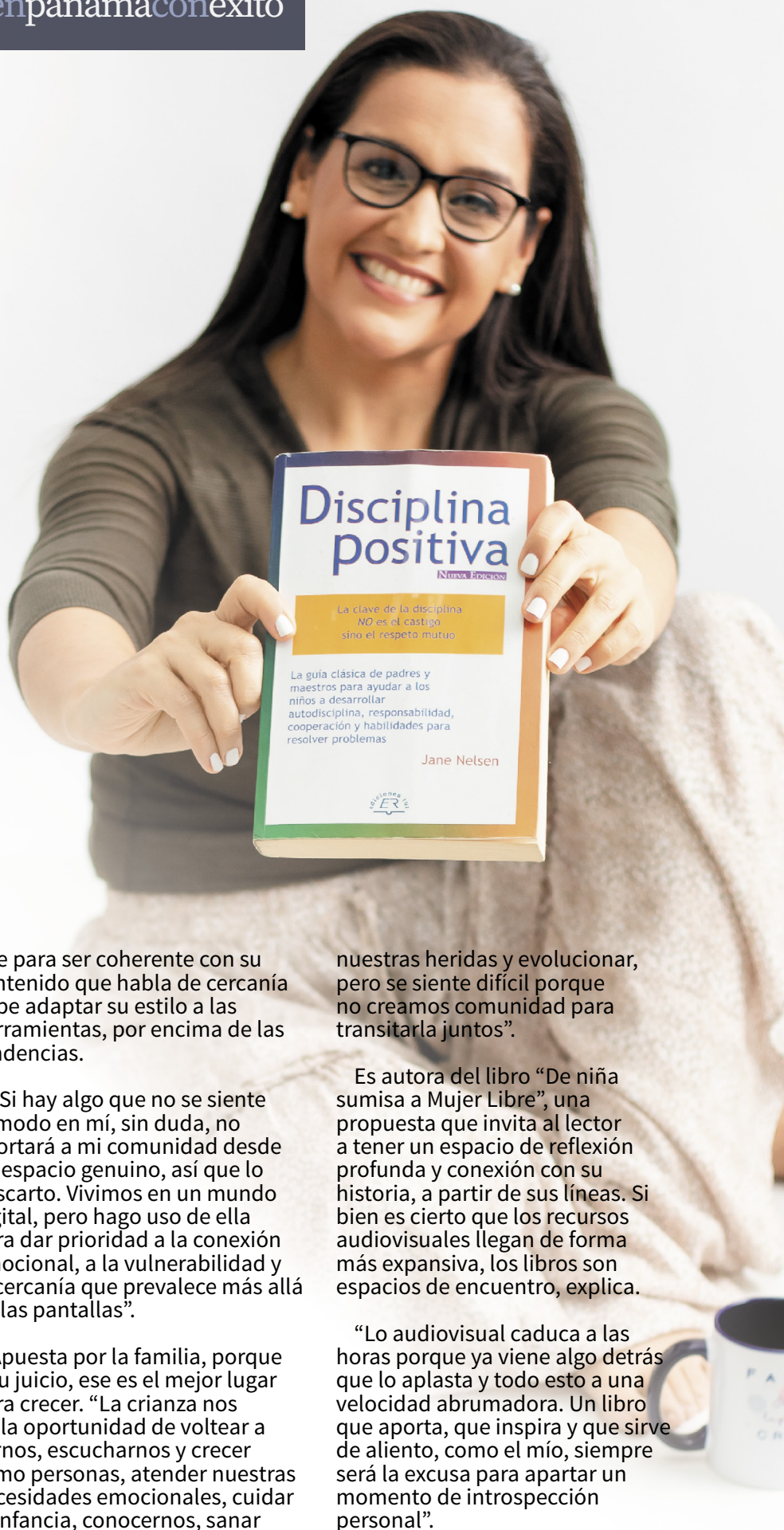
“Si hay algo que no se siente cómodo en mí, sin duda, no aportará a mi comunidad desde un espacio genuino, así que lo descarto. Vivimos en un mundo digital, pero hago uso de ella para dar prioridad a la conexión emocional, a la vulnerabilidad y la cercanía que prevalece más allá de las pantallas”.

Apuesta por la familia, porque a su juicio, ese es el mejor lugar para crecer. “La crianza nos da la oportunidad de voltear a vernos, escucharnos y crecer como personas, atender nuestras necesidades emocionales, cuidar la infancia, conocernos, sanar

nuestras heridas y evolucionar, pero se siente difícil porque no creamos comunidad para transitarla juntos”.

Es autora del libro “De niña sumisa a Mujer Libre”, una propuesta que invita al lector a tener un espacio de reflexión profunda y conexión con su historia, a partir de sus líneas. Si bien es cierto que los recursos audiovisuales llegan de forma más expansiva, los libros son espacios de encuentro, explica.

“Lo audiovisual caduca a las horas porque ya viene algo detrás que lo aplasta y todo esto a una velocidad abrumadora. Un libro que aporta, que inspira y que sirve de aliento, como el mío, siempre será la excusa para apartar un momento de introspección personal”.



syd

dos

P
PedidosYa

El estratega detrás de la consolidación de PedidosYa

PedidosYa cuenta con un sólido liderazgo en el mercado panameño desde hace un lustro y todos los años crecen a doble dígito porcentualmente

Rafael De Armas

Director Regional de PedidosYa para Latinoamérica Norte

Detrás del fortalecimiento del liderazgo de la plataforma de delivery online y quick commerce PedidosYa en la región se encuentra Rafael De Armas, quien venía ejerciendo la dirección general de su emprendimiento DeliveryRD cuando tomó el cargo de director general de PedidosYa en República Dominicana, liderando el proceso de transición de marca y logrando mantenerla como la empresa líder, exponer su crecimiento y penetración de mercado, y convertir la operación en ese país en un referente a nivel regional. Fue así como pasó a ser el Director Regional de PedidosYa para Latinoamérica Norte que se compone de Ecuador, Venezuela, Panamá, Costa Rica, Nicaragua, Honduras, El Salvador, Guatemala y República Dominicana.

A sus 34 años, Rafael De Armas tiene una amplia formación profesional en emprendimiento y desarrollo de negocios digitales. Entre sus emprendimientos, previos a DeliveryRD está una empresa de distribución de materiales de oficina y una aplicación informativa de eventos culturales. Estudió Licenciatura en Administración en la Universidad Internacional de Florida y Licenciatura en Computación en la Universidad de Miami y cuenta con experiencia laboral en un startup de Adtech y en medios comunicacionales tradicionales.

“El mercado Panameño es uno de nuestros mercados más

penetrados hoy en día. El principal desafío que presentamos es acelerar la adopción de nuestras otras verticales que no son restaurantes”, señala De Armas.

Siendo Latinoamérica una región con identidades muy diferentes, De Armas expresa: “nosotros creemos que cada país tiene sus costumbres y particularidades. Por un lado, tenemos equipos regionales en cada una de las áreas que nos permiten alinear las estrategias de cada uno de nuestros pilares y el desarrollo de nuestra herramientas. Mientras que, por otro lado, contamos con un Director General en cada uno de nuestros países, que se encarga de adaptar nuestras estrategias y ejecutarlas con un equipo local. De esta manera, podemos tener la visión general gracias a los equipos regionales, y la ejecución y mirada local gracias a los equipos locales”.

Para nadie es un secreto que el delivery online tiene mucha aceptación y la competencia se hace cada día más fuerte; por eso, comenta el Director Regional de PedidosYa para Latinoamérica Norte, lo que los hace diferentes es que para PedidosYA lo más importante es su gente.

“Como comenté, nosotros contamos con equipos locales grandes en cada uno de los países que adaptan nuestra estrategia a las necesidades y costumbres de sus países. Además, en PedidosYa contamos con múltiples ramas de servicio

como el delivery de comida, supermercados, licorerías, farmacia, productos de tienda de mascota y otros comercios. Por último, hace dos años lanzamos nuestros PedidosYa Market, un supermercado 100% en línea que te permite recibir tu compra en menos de 30 minutos y entendemos que es un gran diferenciador en la industria”, afirma De Armas.

Con relación a su estrategia de mercadeo, señala que no la ve agresiva sino considera que es la necesaria para acelerar la adopción de los servicios que brindan. “Basamos nuestra estrategia en comunicar cómo nuestros servicios le facilitan la vida a nuestros consumidores y en educar al consumidor en cuáles son los servicios que ofrecemos.

A corto plazo están trabajando en mejorar su aplicación para que sea más personalizada para los patrones y ocasiones de consumo de cada usuario. “Seguimos creciendo en los 15 mercados donde operamos, consolidando nuestros equipos locales, trabajando para cada día brindar la mejor experiencia y que en todos los mercados nos vean como una plataforma multivertical donde pueden ordenar delivery de restaurantes, mercados, licorerías, farmacias, tiendas de mascotas y otros locales”, concluye.



Conversatorio Recursos energéticos y mineros

Conciencia ambiental, hoja de ruta hacia un futuro sustentable

Por segundo año consecutivo, Factor de Éxito reunió importantes actores de los sectores energía y minas en un encuentro que visibilizó la apuesta de la República Dominicana por la generación de energías limpias y la minería responsable



Panel 1
Integración energética regional

En Revista Factor de Éxito, manteniendo el compromiso con nuestra audiencia de llevar contenidos de valor y abrir espacios para el diálogo constructivo, realizamos por segundo año consecutivo el conversatorio Recursos Energéticos y Mineros. En esta oportunidad el foco se dirigió a un tema clave para el planeta: Conciencia ambiental, hoja de ruta hacia un futuro sustentable.

“Espacios como estos fomentan sinergias y acuerdos, comunican acciones y apoyan proyectos dentro de esa hoja de ruta, en la que la utilización responsable de los recursos debe constituirse como el eje de un plan que asegure un futuro sostenible para las nuevas generaciones”, sostuvo Isabel Cristina Rolo Figueroa, directora ejecutiva de Factor de Éxito, durante sus palabras de bienvenida.

La apertura institucional estuvo a cargo del ministro de Energía y Minas, Antonio Almonte. “La República Dominicana es un importante exportador de oro, cobre, plata, zinc, entre otros recursos. Sencillamente un privilegio en una época en el que el mundo está apostando

por una revolución tecnológica-industrial”, refirió el Ing. Almonte.

El primer panel, moderado por Carlos Birbuet, LNG Origination Director de AES Dominicana abordó la integración energética de los países de la región como elemento clave para alcanzar la carbono-neutralidad. Participaron Rafael Velazco, superintendente de Electricidad; Emilio Contreras, consultor

de proyectos financiados por organismos multilaterales: BID, OFID, Banco Mundial y Manuel Cabral, vicepresidente ejecutivo de la Asociación Dominicana de la Industria Eléctrica, quien concluyó diciendo “debemos seguir trabajando en ser más eficientes y continuar desarrollando los proyectos”.

Impulso a las fuentes de energías renovables fue el tema del segundo panel, que reunió a Andrés Astacio, vicepresidente ejecutivo Consejo Unificado de las Empresas Distribuidoras de Electricidad; Edward Veras, director ejecutivo de la Comisión Nacional de Energía (CNE); y Daniel Esteban, gerente de Análisis de Inversiones, CMI Energía de Corporación Multi Inversiones. Estuvo conducido por Yomaira Martinó, consultora en Energía, Sostenibilidad and Cambio Climático. “Tenemos grandes retos que asumir, como prestar servicios de calidad a cada uno de los dominicanos”, afirmó Astacio durante el desarrollo de la conversación.

Vielka Guzmán, gerente de Relaciones Públicas y Comunicaciones Barrick Pueblo Viejo fue la encargada de conducir



Panel 2
Impulso a las fuentes de energías renovables



enfaticó el presidente de ASOFER durante su participación.

El encuentro contó con una invitada internacional, la Ing. Nubia Edith Céspedes, representante de IBRICK, BIC, S. A. S., quien desde Colombia expuso acerca de las oportunidades que tiene la República Dominicana en la industria de la arcilla, dado el potencial minero del país. “En RD no solo la vivienda ha crecido, también a nivel de infraestructura hay una demanda importante para el desarrollo de esta área”, dijo en conexión vía zoom.

Panel 3 Minería sostenible: un imperativo de hoy para el futuro

la conversación del panel 3, Minería sostenible: un imperativo de hoy para el futuro, el cual puso en relevancia un sector que tiene claro su impacto y su rol en la ruta hacia la sustentabilidad. “La tecnología hoy en día existe para ejecutar proyectos mineros que no impacten el medio ambiente de forma negativa, aseguró Miguel Díaz, viceministro de Minas, quien estuvo acompañado por Susana Gautreau de Windt, vicepresidenta ejecutiva de CAMIPE y Freddy Lara, asesor en minería del Ministerio de Energía y Minas.

El último panel abordó el tema Transición energética justa e inclusiva, en el que se dieron cita Alfonso Rodríguez, viceministro de Ahorro y Eficiencia Energética; Jorge Galiber, CEO de TotalEnergies; Marvin Fernández, presidente ASOFER y CEO Green Box; y Oscar San Martín, gerente general CPEM, bajo la conducción de Paola Pimentel, presidenta

Mujeres en Energía Renovable RD. “Estamos llamados a caminar en esta transición energética y lograr el objetivo climático, por esto debemos enfocarnos en 3 ejes: eficiencia energética, energía renovable y movilidad eléctrica”,

Nuestra CEO, Isabel Figueroa de Rolo, concluyó la jornada, mostrando en la opinión que la audiencia emitió sobre la pregunta: ¿Cómo describe la ruta que lleva la República Dominicana en la transición energética?, enfatizando que “para Factor de Éxito la retroalimentación de nuestro público es importante, por eso queremos abrir espacios de opinión. Para nosotros la audiencia cuenta”.



Panel 4 Transición energética justa e inclusiva

CENTER FOR SPACE
EMERGING TECHNOLOGIES

LATAM
C-SET

Sistemas Mecatrónicos Diseñados para Exploración Espacial y Soporte de Vida

El centro de investigación está demostrando que sí es posible crear y desarrollar dispositivos de impacto social y tecnológico desde Latinoamérica para el mundo, con miras al cosmos



José Cornejo
Director Center for Space
Emerging Technologies



  **Juan Carlos Chávez**
Board of Advisors e Investigador Senior de
Ingeniería de Diseño Center for space
Emerging Technologies

Center for Space and Emerging Technologies (C-SET) nace en Lima, Perú, en 2019, como un centro de investigación aeroespacial autónomo e independiente, pionero en Latinoamérica. Su objetivo es, en primer lugar, crear y descubrir nuevos conocimientos y aplicaciones, que serán propuestas innovadoras para las instituciones o agencias espaciales. Además, busca soluciones tecnológicas para mejorar la habitabilidad de las especies en la tierra y el espacio, promueve el aprendizaje de la cosmovisión, sabiduría e innovación de las culturas antiguas en Latinoamérica y su conexión con el universo. También realiza publicaciones científicas e impulsa la creación de Start-ups /spin offs.

Su fundador y actual director, José Cornejo, PhD(c) en Tecnologías Industriales e Ingeniería Civil, MBA. Especialista en Mecatrónica, Robótica y Manufactura (Espacial, Biomédica e Industrial), y Senior Member IEEE; así como Juan Carlos Chávez, miembro del Board of Advisors e Investigador Senior de Ingeniería de Diseño, buscan siempre el doble valor en cada uno de sus proyectos: aplicación en el espacio, y bienestar de los ecosistemas y la vida en el planeta, mediante la filosofía “Dual-U-Sinergy”, basada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

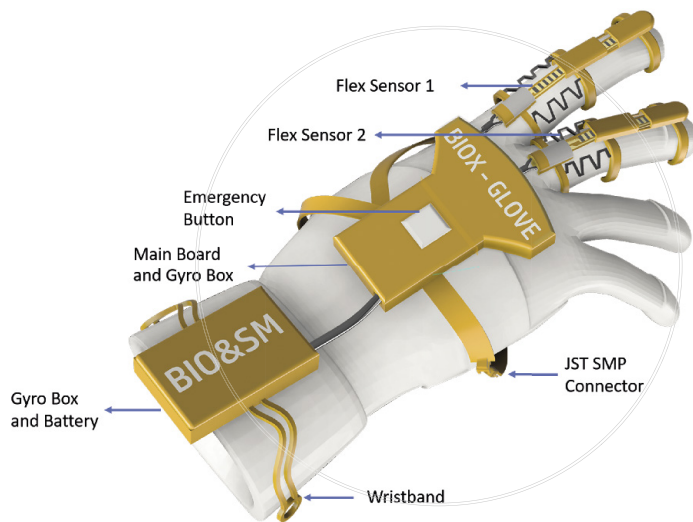
C-SET es una multiplataforma multicolaborativa, donde estudiantes, investigadores y profesores pertenecientes a instituciones multicontinentales trabajan en emprendimientos multidisciplinarios y transdisciplinarios, con el apoyo de mentores de negocios, científicos y tecnólogos. Además, promueve el soporte al empoderamiento de la Mujer Científica.

Actualmente, han logrado generar interés de la comunidad científica internacional por sus innovadores proyectos aeroespaciales de impacto social y tecnológico, desde Latinoamérica para el mundo. De sus cuatro líneas de trabajo: Robótica Espacial Biomecatrónica y Sistemas de Soporte de Vida, Agricultura bajo Gravedad Variable, y Arquitectura y Construcción Espacial, destaca el desarrollo de dispositivos médicos avanzados para el soporte de la vida de los astronautas en el espacio. A continuación presentamos algunos de estos proyectos:

Premium Content

Un guante mecatrónico biosensorizado para labores de asistencia y control de rovers en Marte.

Lo que propone este proyecto es que si llegase a pasarle algo al astronauta en sus labores espaciales en uno de sus vehículos transporte, como por ejemplo: se fractura alguna extremidad o un accidente, con este dispositivo podría con solo su mano controlar el manejo de un vehículo extra-lunar, permitiéndole regresar a la base sin pérdidas fatales.



El T-EVA Sistema Mecatrónico acoplable a la piel para Monitoreo de Temperatura en Astronautas durante Actividades Extravehiculares.

Este proyecto nace con el objetivo de resolver un problema conocido como la fiebre espacial, que puede matar a un astronauta sin que este se haya dado cuenta que la temperatura de una de sus extremidades haya aumentado. Con este diseño de producto, el astronauta podrá monitorear el

desbalance homeostático de la temperatura en sus extremidades a través de un brazaletes inteligente. Con esta información se podría resolver rápidamente el cambio de temperatura y la computadora del traje del astronauta podrá asistirle para controlarla.

Traje Espacial Inteligente para Estimulación Muscular en Ambientes Controlados durante Viajes Espaciales.

Este proyecto involucra el estudio del flujo vascular en las extremidades



inferiores para proponer un sistema compuesto por materiales de robótica blanda que pueda realizar suaves masajes, y que permitan mantener en buen estado el componente músculo-esquelético y circulatorio. Esta vestimenta también incluye diseños que constituyen la cosmovisión de las culturas ancestrales de Latinoamérica.

Sistema Mecatrónico Quirúrgico Portable para Entrenamiento de Cirujías Espaciales.

Propone el desarrollo de habilidades mínimamente invasivas y la alta destreza en la triangulación anatómica, gracias a los múltiples grados de libertad de la máquina. Este proyecto es una integración colaborativa de la cirugía



laparoscópica y robótica dentro de una misma plataforma para procedimientos en tejidos epiteliales que tendrán como resultado una rápida recuperación de los pacientes en el espacio. Además, tiene una aplicación para que los Centros Médicos puedan capacitar a su personal en técnicas quirúrgicas avanzadas.

Biorobots para Construcción de Hábitats en la Luna.

Este proyecto nace con el análisis de las características del comportamiento de ciertos animales e insectos para luego homologarlas y replicarlas en sistemas robóticos multi-configurables, teniendo el énfasis en las capacidades de trabajo colaborativo y su locomoción para ensamblar piezas y crear futuras viviendas en otros planetas. Además, de contar con la supervisión de ingenieros civiles y arquitectos para la elaboración de las estructuras.

Sistemas Biomecánicos para Rovers en Marte.

Este proyecto propone el estudio mecatrónico de características innovadoras para la construcción y las pruebas de vehículos para uso en condiciones análogas marcianas. Se proponen diseños biointegrados con biomateriales para lograr su máxima performance. Además, el análisis incluye la recolección de muestras de centros análogos a Marte y la simulación computarizada del funcionamiento de sus ruedas y brazos robóticos. Este sistema es único en Latinoamérica, y cuenta con varios logros a nivel mundial.

El Satélite CLUSBRIS. El estudio propone la recolección de desechos espaciales. Consiste en el diseño de un sistema mecatrónico de un pequeño CubeSat utilizando una serie de brazos robóticos para capturar otros CubeSat. entonces ¿Por qué realizamos este tipo de proyecto? Es un tema poco conocido entre el

público, pero es un problema muy bien conocido por todas las agencias espaciales del mundo, ya que se estima que si este problema no se resuelve ahora mismo en menos de 20 años será imposible salir al espacio. El año pasado Steve Wozniak abrió una compañía exclusivamente para desarrollar satélites de recolección de basura espacial. Nuestro proyecto es el primer satélite de recolección de basura espacial propuesto y realizado desde América Latina.

Clinostatos para el análisis de crecimiento de Plantas en Microgravedad.

Se propone el diseño y desarrollo de sistemas mecánicos innovadores para la creación de una máquina portable tridimensional donde se colocan pequeñas semillas para estudiar y evaluar su comportamiento bioquímico y biofísico durante el crecimiento por fototropismo. Este proyecto es un trabajo colaborativo entre Químicos, Biólogos, Biomédicos, Mecánicos y Mecatrónicos. Esta investigación tiene una gran potencial en Latinoamérica porque la Región es principalmente un lugar de características que favorecen a la agricultura.

Como una organización autónoma e independiente pionera en la Región, que se dedica principalmente a investigar y crear publicaciones científicas en proyectos espaciales emergentes, C-SET se perfila para convertirse el primer centro multiplataforma de transferencia tecnológica en investigación para la Industria Iberoamericana en trabajo multicolaborativo-integrado, únicamente dentro de sus cuatro áreas: Robótica Espacial; Biomecatrónica y Sistemas de Soporte de Vida; Agricultura bajo Gravedad Variable; Arquitectura y Construcción Espacial.

En sus planes a mediano plazo, de acuerdo con la experiencia que están logrando, pronto puedan ofrecer sus servicios como Centro

de Investigación a las empresas corporativas e industriales que dirigen un porcentaje de sus recursos a levantar proyectos de innovación de alto impacto global. Ahora bien, para el caso de PYMES se cuenta con figuras accesibles para la búsqueda de recursos como son las Start Up y Spin-Off, el cual les permitirá acceder a capitales no remunerados para el desarrollo de estos proyectos.

Los resultados del trabajo perseverante y creativo en estos años han sido muy alentadores para lograr alianzas entre el sector industrial con la sociedad y la educación, y han permitido hacer realidad muchos sueños espaciales en Iberoamérica, con un gran potencial de poder contribuir a la historia de la humanidad como ciudadanos universales.



Premium Content



speaker

BRINDAR PROSPERIDAD DESDE EL LIDERAZGO

Por: Ismael Cala

Periodista, escritor, motivador y conferencista inspiracional y empresarial.

www.IsmaelCala.com

Twitter: @cala

Instagram: ismaelcala

Facebook: Ismael Cala

La mayoría de las personas, sin importar cuál sea nuestra profesión, buscamos crecer, nutrir nuestro bienestar físico y emocional, y construir nuestra imagen propia según nuestro ideal éxito. Pero además de eso, no son pocas las personas que, con los años, han comenzado a entender que un trabajo no las define, y que debemos trabajar para vivir, y no al contrario.

Si bien cada persona es responsable de su destino, es verdad que desde el liderazgo se deben propiciar las condiciones para que los individuos puedan lograr sus objetivos, ser más prósperos, y en general; desarrollar una buena calidad de vida.

Una de las maneras más efectivas de impulsar a los empleados y colaboradores a ser más prósperos es, por ejemplo; permitiendo que en las organizaciones exista flexibilidad laboral.

En la actualidad, diversas organizaciones a nivel mundial están probando la viabilidad de trabajar cuatro días a la semana, otras —y desde muchísimos años antes de la pandemia—, solo se enfocan en desarrollar proyectos en los que no toman en cuenta el tiempo o la presencialidad de la persona, sino la calidad de su trabajo y la responsabilidad de respetar las fechas límite.

A pesar de la rigidez de algunos CEO y gerentes acerca de la exigencia que están haciendo sobre la presencialidad en ciertas industrias, investigadores de la Wharton School de la Universidad de Pensilvania hablan de la necesidad de enfocarnos corporativamente en la complejidad de las labores en sí, más que en la cantidad de horas invertidas, es decir; mirar el logro por encima de otros aspectos, porque la flexibilidad laboral es un coadyuvante de la prosperidad.

Pero para que esto sea posible, es necesario que la confianza sea uno de los valores principales de la cultura organizacional. Conversar cotidianamente con los empleados sobre la gestión del tiempo personal es la vía más formidable para asegurarse de que las personas se sienten bien, pero que también, cuentan con las herramientas para cumplir con las demandas laborales diarias.

Sí, los líderes tenemos una responsabilidad en ayudar a quienes trabajan de nuestro lado para que puedan equilibrar sus responsabilidades laborales con sus vidas personales, porque existe una vida más allá de la oficina. Eso se llama empatía.

Entendamos que el mundo que conocimos hace pocos años atrás ya no existe. Nuestro presente exige otras formas, en donde la norma sea vivir en bienestar.



Pensé en no enviar mi artículo para esta edición. Sentía que no tenía nada que aportar. Los profesionales que me leen tienen claro que la transformación digital implica hablar el mismo idioma entre ventas, operaciones, informática y finanzas.

Ese idioma no es otro que la analítica aplicada a las ventas y operaciones (apalancada en la tecnología) que permite capturar la información, analizarla y tomar decisiones. Todo gira alrededor del cliente y en darle las facilidades para interactuar con la empresa.

Sin embargo, pareciera que la transformación digital no está igual de asumida, ni es coherente “puertas adentro”: en la relación empresa proveedor-aliado / trabajador y esas mismas facilidades. Esta semana viví un incidente por falta de esta coherencia en el liderazgo ante la transformación digital.

Por eso escribo esta alerta para ti, líder de equipos formados por profesionales independientes “nómadas” o con colaboradores en modo teletrabajo.

Te invito a reflexionar sobre el hecho de que la gente tenga libertad de moverse y, gracias a la

COHERENCIA: CLAVE PARA EL LIDERAZGO EN LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Por: Eddy Gouveia

¡Cambié el escritorio por una bicicleta!

@gravelpanas

@numerosquevendentips

tecnología, cumplir con su trabajo o entregar sus servicios es también transformación digital.

Tu, líder, debes cambiar paradigmas: tener más confianza y conceder más autonomía a la gente con la que trabajas a distancia, tal cual se lo facilitas al cliente. En una palabra, debes ser “COHERENTE” y dar a tu equipo las mismas, o más facilidades, de transformación digital que das a tus clientes.

Lamentablemente, algunos líderes, incluso relativamente jóvenes, prefieren antiguos esquemas de prestación de servicios o trabajo presencial: ver y controlar todo, llegando al borde del acoso.

En el mejor de los casos, quieren que su equipo teletrabaje solo desde casa y conexión redundante. Además, se conocen casos de instalación de software que vigila si el colaborador trabaja.

Algunas reflexiones, a modo de auto test, que tengo para ti líder para que midas que tan coherente eres gestionando las libertades que la transformación digital le da también a tu gente:

► ¿Realmente estás dispuesto a cambiar de paradigma con respecto al lugar, la conexión o la ropa que debe usar la gente con la que trabajas remotamente?

► ¿Eres capaz de aceptar que cada vez más todo el que pueda se va a mover por su país (o entre países) bien sea para seguir sus

hobbies o deporte favorito o buscar temperaturas más benignas (ante estas olas de calor o frío extremo)?

► ¿Entiendes que lo anterior no debe implicar para ti un temor infundado o sensación de vulnerabilidad sobre la continuidad de las operaciones?

► ¿No puedes dejar de asumir que la movilización fuera de casa (o mudanza temporal) de alguien en tu equipo automáticamente anula su capacidad de ofrecer un trabajo impecable?

Estoy escribiendo este artículo gracias a que la internet móvil francesa es de las mejores del mundo (Ranking 24, delante de USA, según speedtest). Estoy a 370 Kms. de mi hogar habitual, a 2.413 msnm. En la espectacular “Buvette du Granon” en el mítico “Col du Granon” en los llamados Hautes-Alpes franceses. Aquí el 13/07/2022 llegó la 11ª etapa del Tour de France. Tuve la suerte de presenciársela mientras el mundo lo siguió en directo, gracias a la tecnología.

En estos lindos parajes hago ciclismo gravel (como parte de mi startup para ciclistas viajeros) y ofrezco mis servicios de finanzas para ventas (tanto en formación como consultoría).

¿Eres un líder con el que pudiera trabajar? Yo hoy me siento aliviado de no trabajar más con un líder que no superó el auto test que te compartí más arriba.



LAS PRESIONES DE LLEGAR A RESULTADOS INCITAN AL FRAUDE

Por: Rodrigo Planas

CFE, CPC, Auditor Independiente
Director Gerente Ethos Control

Las presiones de conseguir resultados es una de las razones por la cual los empleados cometen fraudes empresariales. La presión de llegar a metas irrealistas hace que muchos empleados sucumban a cometer fraudes al hacer lo necesario para alcanzarlas.

Por ejemplo pueden modificar Estados Financieros para mostrar un mejor resultado de ventas o un mayor crecimiento; pueden sobornar a clientes para llegar a la cuota de ventas. Todo esto puede evitarse fácilmente **si tenemos la confianza de expresar nuestra opinión**. Suena simple y sencillo, pero cuando estamos frente al directorio y nos muestran las expectativas que tienen de nosotros, muchas veces nos quedamos callados. Nos invade un pánico de “caerle” mal a nuestros jefes por dar nuestra opinión, o que piense que no somos “team players” si no estamos pensando lo mismo. Muy variada es la psicología de los humanos y todos tenemos distintos motivos para no alzar nuestra opinión.

Esto último no es lo correcto, ya que debemos expresar nuestras opiniones y tener la tranquilidad que solo es una opinión y no necesariamente tenemos que estar 100 % correctos siempre.

Como profesionales, debemos saber qué es factible alcanzar y qué no. No debíamos tener miedo a dar nuestra opinión cuando se trate de nuestras metas.

Y si tenemos la suerte de nosotros ser quienes creamos las metas, tengamos en cuenta lo que puede ser factible y lo que no. No hay nada de malo en pedir metas agresivas, pero tengamos cuidado de que sean alcanzables. De lo contrario ponemos en riesgo a nuestra empresa a ser víctima del fraude.

No hay nada de malo en apuntar a las estrellas y llegar a la luna. Sin embargo la presión por resultados siempre va a existir, y es bueno que exista. Los diamantes son creados por la presión. Eso sí, tengamos en cuenta que mientras más altas sean las metas, más propensos al fraude estamos y, por lo tanto, debemos tomar nuestras precauciones.

Todos los estudiantes de fraude conocen el famoso Triángulo del Fraude.

El triángulo establece que los individuos están motivados para cometer fraude cuando se unen tres elementos: 1) algún tipo de presión percibida 2) alguna oportunidad percibida y 3) alguna manera de racionalizar el fraude como no ser inconsistente con los valores de uno.

Ninguno de estos elementos por sí solo sería suficiente para dar lugar al fraude

PRESIONES Y OPORTUNIDADES

Las **presiones** más abrumadoras suelen ser las deudas personales elevadas o las pérdidas financieras. También podrían ser generadas por fuertes influencias de grupos de pares e incluso por las directivas de la empresa para lograr objetivos

de rendimiento poco realistas a cualquier costo.

Las **oportunidades** de cometer fraude son aquellas que los individuos crean para sí mismos, así como los que una empresa crea a través de controles internos descuidados, y de otras maneras.

Una empresa puede aumentar las oportunidades de fraude de empleados al permitir transacciones de partes relacionadas, tener una estructura comercial compleja, usar varias firmas de auditoría o de abogados diferentes o tener un sistema muy débil de controles internos. **Todo lo que contribuya a la capacidad de perpetrar u ocultar** un fraude aumenta las oportunidades para ello.

Los tres factores interactúan para determinar si la persona cometerá o no fraude. Una persona con un alto nivel de **integridad personal** y sin oportunidad o presión para cometer fraude muy probablemente se comportará honestamente. Sin embargo, el fraude se vuelve más probable a medida que las personas con menos integridad personal se colocan en situaciones con presiones crecientes y mayores oportunidades para cometer fraude.

La falta de castigo inmediato o la ausencia de amenaza puede influir en tomar un riesgo y ser deshonesto. Si el individuo tiene una característica de honestidad fuerte y generalizada, teóricamente puede soportar el peso acumulativo de todas las variables descritas, aunque algunos podrían argumentar que “cada persona tiene un precio”.



CÓMO ENFRENTAR LA TRANSFORMACIÓN CULTURAL PARA QUE SIGAMOS SIENDO “ASÍ”

Por: Álvaro “Cuco” de Venegas

Ejecutivo y Consultor Internacional especialista en el desarrollo Estratégico y Técnico de funciones de Transformación, Innovación, eCommerce y Tecnologías de negocios.

La costumbre, inercia o “Cultura Organizacional”, dependiendo del tamaño de la organización, inciden en mucho mayor medida que la planificación estratégica. Después de todo se requiere de voluntad y de quienes hagan los cambios para que pasen.

La Cultura Organizacional la componen sus Valores, Tradiciones, Creencias y Comportamiento, como ente o persona jurídica, o de forma individual cada uno de quienes la componen, sea una gran corporación o una micro-mini-Pyme.

Tenemos que entender que esta cultura lleva años cultivarla, amoldarla, a veces sin darnos cuenta se transforma en un “somos así”, nos ven “así”, hacemos las cosas de tal o cual manera como parte de nuestro ADN con independencia de quién dirija al interior o gobierne en el entorno donde nuestra empresa está inmersa.

Instalar máquinas expendedoras en la cafetería para mejorar la variedad o la calidad de los refrigerios para los momentos de descanso, se entiende como tal, no como la incorporación de un elemento tecnológico al día a día. Lo mismo pasará entonces con el control de acceso, la barrera para aparcar el coche, los sistemas que nos permiten estar conectados a Internet y con ello al mundo. Eso no

nos hace digitales, así como a las empresas a carbón no las hizo más modernas el instalarles corriente eléctrica o agua potable en los baños.

Sin embargo, dentro de la cultura de una nueva o consolidada corporación, está el “cómo” se empezó: de vuelta, el “así” de nuestra empresa.

Somos así, hacemos las cosas así, nos cuesta mucho dejar de ser así, y por ello le llamamos transformación.

Las personas en su día a día van acostumbrándose a avances o maneras de ser y hacer diferentes, como cuando llamamos a un servicio y resulta que nos dan solución en vez de aumentar nuestra percepción de frustración o de que estamos siendo abusados por depender de ellos; como también lo que llama la atención ahora es ver un monitor con fondo y no plano en algún escritorio. Que la gente lleve su agenda y su dinero en el propio teléfono, que no tiene que tragarse horas de largas colas para que le pongan un sello en un papel; pasa gracias a que el entorno ha evolucionado, otros ya han avanzado en la adaptación para facilitarte el camino, y entonces esa experiencia, esos ejemplos son los que se tienen que llevar al interior de la organización para “empezar a transformarla”.

Los cambios tienen que empezar por el fondo y no por la forma. La organización necesita adaptarse y lo primero en la lista “no” puede ser el sistema informático, sistema de gestión, la norma ISO nueve-mil-equis, porque sería como empezar la casa por el tejado. Son muchos los equipos de trabajo que, aunque no generen ‘resistencia al cambio’, sí demostrarán mayor lealtad a sus líderes que a sus propias creencias, verán el ejemplo en las jerarquías más allá de las órdenes que les hayan llegado a sus cuentas de correo.

Entonces debemos motivar a aquellos más “viciados”, a los más reacios al cambio, a los conflictivos y a los líderes naturales (no necesariamente jerárquicos) en primer lugar; convencer y jamás imponer, y no olvidemos que hay empresas que tampoco tienen recursos, personal cualificado, tiempo disponible en su jornada, tienen a todos trabajando desplazados en terreno, tiendas o ahora último, con teletrabajo.

La Cultura Organizacional es muy rica, y a la vez muy sólida, por eso no se puede “cambiar” por decreto, sino que adaptar, y a partir de quienes la viven y hacen que viva al día de hoy, para que sigamos siendo “así” y haciendo las cosas “así” que, nos hacen ser nosotros.



DESAFÍO DE LOS LIDERAZGOS PARA LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Por: Iván Calvo

Experto en Social & Digital Selling certificado por LinkedIn / Consultor, Profesor Dirección, Ventas y Empleabilidad / Artesano de las ventas / CEO LAIL-ABN / Socio Go PlanBe / Knowmad y viajero digital.

<https://www.linkedin.com/in/ivancalvoprieto/>

Existen cuatro tipos de liderazgo clásicos, dos verticales, el liderazgo autoritario (el jefe manda), y el liderazgo burocrático (la estructura dice como hay que funcionar) y dos horizontales, el liderazgo de dejar hacer o “laissez faire” (qué las cosas fluyan) y el liderazgo democrático (votamos para tomar decisiones en grupo).

En los últimos años, los liderazgos verticales han ido perdiendo fuerza, han ido a menos, se han ido quedando obsoletos y las organizaciones que los han tratado de mantener son cada vez más irrelevantes o incluso desaparecen.

Los líderes hoy día buscan la implicación de sus equipos de trabajo desde el ejemplo que parte por ellos, la selección de buenos elementos y la motivación para todo el equipo en conjunto, cuidando de cada miembro del equipo, son la clave. El liderazgo de “dejar hacer”, que permite brillar y explotar las mejores habilidades y conocimientos de cada miembro del equipo es uno de los más usados hoy día en las empresas, junto con el liderazgo democrático, que permite la

involucración de todos, a través de las votaciones en la toma de decisiones en grupos de trabajo más o menos amplios.

Las organizaciones y las personas, estamos sometidos a los mayores tiempos de cambio de la historia, son tantos y tan rápidos, que no vivimos una era de muchos cambios, sino que vivimos un cambio de era, los tiempos de la cuarta revolución industrial, la que vivimos desde finales de los 90s del pasado siglo.

Y como los cambios están acelerando, es muy probable que, en esta misma década, la tercera década del Siglo XXI, veamos la eclosión de lo que será la quinta revolución industrial, de la mano del aumento de la conectividad que proporciona el 5G y nuevas tecnologías como la Inteligencia Artificial, Blockchain o el metaverso.

En todas las revoluciones industriales que hemos vivido, el cambio tecnológico ha afectado a todos, y a todo, en estas dos revoluciones que se están solapando en los tiempos que vivimos, eso aún es más evidente.

El cambio es tan rápido, que muchas veces nos sobrepasa. Nos hace falta tiempo para procesarlo y nos hacen falta líderes que faciliten el camino, que sepan guiar.

Decía Charles Dickens en “Historia de dos ciudades”, publicada en 1859, bajo el impacto enorme de la primera revolución industrial. “Era el mejor de los tiempos, era el peor de los tiempos, la edad de la sabiduría y también de la locura; la época de las creencias y de la incredulidad, la era de la luz y de las tinieblas, la primavera de la esperanza y el invierno de la desesperación. Todo lo poseíamos, pero no teníamos nada”.

Hoy día, estamos en la encrucijada, los desafíos por delante son igual de retadores que atemorizadores. Hacen falta líderes, que sepan dar el paso, que faciliten la transformación de sus equipos desde el ejemplo, que adopten la tecnología y la pongan al servicio de valores éticos y morales fuertes.

Este es nuestro tiempo y este es nuestro reto.

FUTURO DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Por: Andrés Silva Arancibia

Speaker en 21 países. Fundador de Flumarketing.com. Profesor visitante en Universidad Complutense de Madrid. Estratega digital, Autor y Consultor.

El mundo está enfrentando cambios cada vez más acelerados que imponen a la humanidad nuevos desafíos mucho más complejos, los que finalmente están impulsando los grandes avances en tecnologías digitales y disruptivas tales como: teléfonos inteligentes, inteligencia artificial, aprendizaje automático, computación en la nube, entre otras. Todas estas tecnologías son la respuesta a la complejidad de los nuevos desafíos.

Las compañías no están ajenas a todos estos cambios, desafíos y tecnologías digitales, lo que queda fielmente reflejado en sus estrategias de inversión en transformación digital. La encuesta CFO Pulse 2020 de PwC reveló que, si bien el 52 % de las empresas planeaba recortar o diferir las inversiones debido al COVID-19, solo el 9 % de los encuestados realizaría esos recortes en la transformación digital. El mismo año 2020, la International Data Corporation (IDC) pronosticó que el gasto en transformación digital alcanzaría la asombrosa cifra de 6,8 billones de dólares a nivel mundial para 2023, y debido al impacto de la COVID-19, el 65 % del PIB mundial se digitalizaría para 2022. Sin duda, la transformación digital no solo llegó para quedarse, también continuará expandiéndose por todo el orbe.

Frente a tanta evidencia, el futuro de la transformación digital parece avanzar por tres vías clave:

1. Humana: la transformación digital irá liberando a los trabajadores de la monotonía de las tareas administrativas, manuales y rutinarias para enfocarse en una cultura que promueva el pensamiento estratégico, creativo e innovador centrado en el cliente, capaz de aprovechar



las capacidades digitales bajo un horizonte de planificación a largo plazo y un liderazgo transformador.

2. Tecnológica: los avances en tecnologías como aprendizaje automático y aprendizaje profundo en paralelo con el internet de las cosas, internet de todo, big data, blockchain, 5G, dispositivos móviles, wearables y mucho más, harán de la transformación digital algo imprescindible y confiable.

3. Estratégica: la transformación digital incrementará la colaboración ágil y continua con las partes interesadas para impulsar la toma de decisiones basada en datos, y así obtener el máximo provecho de las plataformas y ecosistemas digitales para adaptar los modelos de negocio a nuevos mercados, industrias y ecosistemas.

Lo humano, tecnológico y estratégico hará de la transformación digital la gran protagonista de la segunda mitad de esta agitada, volátil y despiadada década.



DESAFIOS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL Y EL LIDERAZGO RESPONSABLE

Por: Dr. Marcelo Muñoz Rojas

Creador del Método Liderazgo Exponencial.

Actualmente, vivimos en un mundo completamente tecnológico, hiperconectado y totalmente globalizado, por ello la transformación digital es la oportunidad para aplicar nuevas técnicas y habilidades prácticas que nos permitan mejorar la eficiencia operativa, impulsando la innovación para tener una mejor ventaja competitiva.

Hoy en día, han surgido nuevos conceptos por la revolución tecnológica en la que estamos inmersos. Muchos consideran, que la transformación digital se trata simplemente de tecnología y que cualquiera lo puede hacer, pero esta va mucho más allá.

La transformación digital es todo un proceso de análisis con el cual podemos orientarnos a la aplicación y uso de recursos tecnológicos emergentes, que deben acompañarse de un liderazgo responsable. La tecnología por sí sola no funciona, siempre es necesaria la presencia del factor de liderazgo que impulse el cambio de principio a fin en la organización, para la implementación de nuevas tecnologías para adaptarla al mundo actual y con ello aprovechar al máximo cualquier oportunidad que podamos encontrar.

El punto clave para lograr una verdadera transformación son las personas que integran la organización. Hay que estar dispuestos a cambiar de mentalidad y salir de nuestra zona de confort; solo así, podremos obtener mejores herramientas, desarrollar capacidades y habilidades que hoy en día son sumamente necesarias para afrontar con mayor seguridad las incertidumbres que se nos presentan cotidianamente.

La transformación digital implica un cambio total del modelo de una organización, donde existan mucho menos jerarquías y se empodere aún más a sus colaboradores que son capaces de agregar un mayor valor a favor de la empresa. Por esto, el liderazgo con responsabilidad es fundamental para crear un ambiente de confianza en el proceso de transformación que sea el referente que ayude a superar cualquier inconveniente que puede surgir por la resistencia y temor a cambiar los diseños clásicos a totalmente nuevos.

En la transformación digital, el liderazgo con responsabilidad es fundamental para que las organizaciones puedan avanzar en el mundo actual. La capacidad de adaptarse ya no es una opción,

hoy en día la adaptación es una necesidad imperiosa para renovarse y poder competir en un universo que cambia constantemente a cada instante.

Liderar no es una tarea para nada fácil, es necesario trabajar constantemente para adquirir una serie de capacidades y habilidades que permitan dirigir a quienes están a nuestro alrededor, implantando la necesidad de lograr objetivos comunes. El liderazgo responsable es asumir con decisión, acción y total transparencia el generar cambios en beneficio de todos. Este tipo de líder fundamenta cada labor en los más altos valores, mantiene su compromiso en el cumplimiento en cada paso que guíe el camino para alcanzar una meta común, siendo abierto ante todo, clarificando cualquier expectativa para conseguir consensos que le faciliten la consecución de propósitos.

El liderazgo responsable tiene como base el ejemplo, compromiso y la honestidad. Es todo un proyecto colectivo de aptitud ética donde participan todos y cada uno de los miembros de la organización. La visión de un líder comprometido es saber dirigir con sentido de responsabilidad social, instaurando valores de calidad humana para generar una

Beneficios tan Extraordinarios
como tu Próximo Destino.

» INSCRÍBETE AHORA
MARRIOTT BONVOY™



VIVE CAP CANA



20 AÑOS

CAP CANA
REPUBLICA DOMINICANA
Club de Golf

| +809-CAP CANA | WWW.CAPCANA.COM |

