

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

MÉXICO



@RevistaFactordeExito
Revista Factor de Exito
www.revistafactordeexito.com



**Industria EdTech
experimenta un crecimiento sin precedentes**

Hugo Romero Gracia

CEO de Integra Meetings y director de E-Tech Evolving Education

**Transformación digital, el gran desafío
para el liderazgo responsable**

Transformación digital es
un cambio de mentalidad

Rodrigo Martínez

Gerente general de Marketing y
Ventas en Klarway

Si eres feliz,
lo puedes todo

Simón Cohen

Presidente de Henco Global

La tecnología bien
usada para diseñar
experiencias educativas
es garantía de éxito

Jordi Rosquillas Tovilla

Director general y cofundador
de Edvolution

GENTE DE ÉXITO

Es posible que las compañías
hayan tenido cambios más
fuertes en los últimos dos
años, que en los 10 anteriores

Manuel Yescas

Fundador y director general de OneSOUL
Consultoría

WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE



2022

GRACIAS POR ACOMPAÑARNOS



Beneficios tan Extraordinarios
como tu Próximo Destino.

» INSCRÍBETE AHORA
MARRIOTT BONVOY™



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]



Industria EdTech experimenta un crecimiento sin precedentes

pág. 12 **Hugo Romero Gracia**
CEO de Integra Meetings y director de E-Tech Evolving Education



Si eres feliz, lo puedes todo

pág. 20 **Simón Cohen**
Presidente y fundador de Henco Global



Transformación digital es un cambio de mentalidad

pág. 28 **Rodrigo Martínez**
Gerente general de Marketing y Ventas en Klarway



gente de éxito

Es posible que las compañías hayan tenido cambios más fuertes en los últimos dos años, que en los 10 anteriores

pág. 44 **Manuel Yescas**
Fundador y director general de OneSOUL Consultoría / LinkedIn Top Voices 2022



en México con éxito

Hemos llevado la cultura mexicana del cacao y el chocolate a otros países

pág. 50 **Ana Rita García-Lascurain**
Fundadora y directora de MUCHO



empresariales vip

idom 30 Aniversario

pág. 54 **Conversatorio Recursos energéticos y mineros**

directorio

► Revista Factor de Éxito México 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

Coordinador Editorial México:
Baudy Dávila

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:
Víctor Hugo Romero Gracia
CEO de Integra Meetings y director de E-tech Evolving Education

Articulas:
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

Simplemente auténtico

Una de las bebidas que se ha mantenido a la vanguardia en estos últimos años es el “Carajillo”, una creación de licor y café que fue inventada por los soldados españoles en la guerra de Cuba, mismo que ayudaba a dar coraje para entrar en combate. De ahí la analogía “tomar corajillo”.

La mezcla del licor de hierbas españolas con el extracto de café, fue una idea mexicana, que, al combinar lo dulce y cítrico del licor con la intensidad del café espresso, logra una perfecta sintonía de sabores.

De esta manera nace “Old School Spirits”, empresa familiar fundada a finales del 2019, por los hermanos: Jorge, Raúl, Ana Laura y Adriana Olivo Padilla, quienes, en búsqueda de regresar a la esencia a esta bebida, crearon “Auténtico Corajillo”, un carajillo “ready to drink” con una presentación práctica e innovadora, que logra brindar una experiencia inolvidable desde el primer momento.

Debido a sus características, la bebida no tardó en popularizarse en bares y restaurantes de la Ciudad



de México, expandiéndose no sólo a los demás estados de la república, sino en todo el continente.

Apoyo empresarial

Con cinco años de experiencia en el ecosistema emprendedor, tiempo en que se han apoyado a mil startups, Grupo Bimbo lanzó su nueva aceleradora de negocios a través de la cual busca desarrollar e invertir en negocios de alimentos de 20 países de América Latina, incluido México.

La empresa multinacional, en un comunicado, explicó que, con el objetivo de construir el futuro de la alimentación y abrir las puertas a nuevas alianzas, lanzó Bimbo Open Door, la aceleradora de negocios de alimentación más grande en América Latina.

A través de esta aceleradora de negocios buscar, desarrollar e invertir en startups y scaleups (empresas emprendedoras que buscan crecer) del sector de panificación y snacks, cuyos proyectos destaquen por sus innovadoras propuestas de valor, prácticas sustentables, modelo de negocio, entre otros.

Informó que la convocatoria para participar en Bimbo Open Door está abierta a las unidades de negocio que inicien o que quieran expandirse y estén dedicadas a la panificación y producción de snacks que tengan presencia en América Latina o



cuenten con un plan que contemple su expansión a dicho mercado.

A través de esta iniciativa, Grupo Bimbo busca detectar posibilidades de inversión durante el programa, el cual es impulsado por Bimbo Ventures, área de negocio de la panificadora que, desde 2017, que ha gestionado cuatro ciclos de aceleración a través de sus plataformas Bimbo Eleva y Bimbo Bakelab.

Próximo evento

En el mes de octubre será el 10° aniversario de Adventure Travel México (ATMEX), el cual se llevará a cabo en la ciudad de Guanajuato, donde se encontrarán personajes de negocios y relaciones estratégicas dedicados a la regeneración, fortalecimiento y crecimiento de la industria del Turismo de Aventura y Naturaleza. Considerado uno de los más importantes de Latinoamérica, con una red de más de 12,000 profesionales de la industria de Turismo de Aventura y Naturaleza.

“A lo largo de 10 años hemos traído más de 700 compradores, de los mercados más importantes para México, a más de 185 representantes de medios especializados que han escrito y publicado artículos y documentado las virtudes de estos destinos. Hemos presentado a 241 conferencistas que han contribuido con su experiencia y conocimiento, y que ha permitido crear un acervo de invaluable para nuestro sector. Han participado más de 6,000 delegados”, comentó el Ing. Antonio del Rosal Stanford, director general de la empresa Experiencias Genuinas, y Coordinador de ATMEX.

“La sede será Guanajuato Capital, pero se recorrerán diferentes municipios que están incluidos en el evento gracias a los recorridos que están



previstos para el evento”, agregó el Gobernador Constitucional del estado de Guanajuato, Diego Sinhue Rodríguez Vallejo.

Expedición

Después de dos años de recorrer Sudamérica, Mario Iroth, un motociclista y expedicionario de origen indonés, pasó por México como parte de su reto personal de recorrer todo el continente americano en conjunto con su esposa Lilis Handayani.

En su paso por la Ciudad de México, fueron recibidos con un reconocimiento en honor a su trayectoria por el Embajador de la República de Indonesia en México, Cheppy T. Wartono.

Actualmente, ya se encuentran por Alaska, luego de miles de kilómetros transitados. El asiático, que también es un famoso Youtuber en su país con casi medio millón de suscriptores, ha recorrido más de 38 países desde 2014 cuando decidió renunciar a su trabajo y empezar sus aventuras para explorar Indonesia sobre su vehículo de dos ruedas.

Hace dos años llegaron a Tierra de Fuego, Argentina, con la meta de cruzar el continente americano. Atravesaron Sudamérica, llegaron a Guatemala y por ese país entraron a la Península de Yucatán, en su paso por tierras mexicanas.



Servicios innovadores

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



“ EXPANDE TUS FRONTERAS ”

respuestas sean más eficientes, basta con leer las opiniones de los clientes. La innovación se ha convertido en el principal elemento del diferencial competitivo también para los abogados.

Medio maratón

Los corredores mexicanos José Luis Santana 1.05.36 horas y Mayra Sánchez 1.17.23 fueron los ganadores absolutos del Medio Maratón de la Ciudad de México BBVA 2022.

Asimismo, en la categoría de silla de ruedas, la victoria fue para Ivonne Reyes con 1.28.27 horas y Marco Caballero 1.02.26; en tanto en ciegos y débiles visuales, Alejandro Pacheco 1.18.44 y María de los Ángeles Herrera 1.45.29 fueron los ganadores.

El director general del INDEPORTE, Javier Hidalgo Ponce, destacó la victoria de los mexicanos en todas las categorías durante esta carrera.

Asimismo, señaló que en la competencia participaron 21 mil 584 atletas, cumpliendo las expectativas como el Medio Maratón más grande de México, que además alcanza nuevas etiquetas en relación con el medio ambiente y como un 21K sustentable.

“Este resultado de corredores finalistas es gracias al trabajo que hicieron durante muchos meses, días y horas de entrenamiento, ya que para correr



estas distancias se necesita mucha disciplina y entusiasmo por entrenarse”, indicó.

En el toque de salida para los corredores en la Torre del Caballito, también estuvo presente la directora de la CONADE, Ana Gabriela Guevara; el director técnico del Maratón, Raúl Paredes Peña; Dian Vaughn, miembro de la junta directiva del Council for Responsible Sport, así como patrocinadores del evento.

Niña genio

Michelle Arellano Guillén, de 9 años, está preparándose para entrar a la universidad y estudiar medicina. Es una niña genio que vive en Tuxtla Gutiérrez, Chiapas, en el sureste de México y, como cualquier pequeña a esa edad, tiene un montón de sueños: quiere ser actriz y bióloga marina, pero también le gustaría ayudar para encontrar curas para enfermedades en el área de la medicina.

La prueba de coeficiente intelectual (IQ) determinó que el suyo es de 158, cuenta su mamá Karina Guillén en una entrevista a la cadena de televisión CNN en Español. Michelle es parte del millón de niños superdotados que se calcula hay en México, según el Centro de Atención al Talento (CEDAT), una organización enfocada en atención y seguimiento a niños sobredotados.

“Quiero ser como mi mamá y como mi papá porque quiero salvar vidas”, dice Michelle, quien asiste a sus padres, ambos médicos cirujanos, en el quirófano. “Nos pasa material bajo mi supervisión y la de un asistente”, asegura su mamá.

Sus sueños son tan grandes como su potencial. “Quisiera en mi futuro colaborar para encontrar la cura del cáncer y del autismo. Porque conozco a una persona y he visto varias que tienen autismo y me da tristeza que no se puedan expresar. Entonces, yo quiero encontrar una cura para eso y un programa para entendernos”.

Michelle habla cuatro idiomas (inglés, francés, alemán e italiano). Tenía un año y medio cuando aprendió inglés porque escuchaba a su papá, quien también habla varios idiomas, y fue él quien le enseñó lo básico antes de que la llevarán a una escuela de idiomas para seguir aprendiendo. A los cuatro años ya sabía leer y escribir.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS) la sobredotación intelectual, a la cual se refiere como “giftedness”, equivale a un coeficiente intelectual (IQ) superior a los 130 puntos, mientras que el promedio se encuentra en 100 puntos.



A portrait of Hugo Romero Gracia, a man with short dark hair, wearing a dark suit jacket over a dark shirt. He is standing with his arms crossed, looking directly at the camera with a slight smile. The background is a plain, light-colored wall.

Industria EdTech experimenta un crecimiento sin precedentes

Potenciado por la pandemia, la tecnología ha transformado la educación en todo el mundo. Hoy, las aulas virtuales pueden llegar a cualquier persona tan solo con una computadora con internet

Hugo Romero Gracia

**CEO de Integra Meetings y director de E-Tech
Evolving Education**



En septiembre de 2021, en un contexto de pandemia aún complejo, Hugo Romero Gracia se atrevió junto a un equipo de profesionales, a realizar la primera edición de E-Tech Evolving Education en el World Trade Center de la Ciudad de México.

El evento fue un éxito y pasó a ser referencia dentro del ámbito educativo y tecnológico de México y varios países de Latinoamérica. Con esos excelentes resultados obtenidos en la primera edición, Romero decidió para 2022 trasladar E-Tech Evolving Education a la ciudad de Puebla y llevar a cabo su segunda edición congregando a más de 80 speakers, 40 empresas EdTech, unas 80 instituciones y centros educativos, además de 5,600 profesionales del sector.

Hugo Romero sabía que, ante la realidad de una transformación digital en diversos sectores del acontecer mexicano, la educación no se podía quedar rezagada. Su pasión por impulsar los nuevos modelos de enseñanza y aprendizaje, y creer firmemente en que los desafíos del sector educativo de México y América

Latina pueden ser mediados y superados a través de la tecnología y la innovación, lo motiva cada día en seguir colaborando con grandes actores del ecosistema educativo, a generar ideas, acciones, iniciativas y proyectos que posibiliten a la región a avanzar hacia esquemas de enseñanza y aprendizaje más resilientes, inclusivos, equitativos y sostenibles.

El también CEO de Integra Meetings, compañía mexicana con más de 15 años dentro de la industria de reuniones de negocios y director operativo de Meetings Professionals International (MPI), nos da sus impresiones de cómo ve el futuro de la educación a través de las nuevas tecnologías, en un mundo cada vez más arropado por la transformación digital.

¿Cómo surge su pasión por los nuevos modelos de educación y enseñanza?

Considero que siempre he sido un apasionado por las nuevas tecnologías. Durante varios años ha ido aumentando la participación digital en todos los sectores de nuestra sociedad, especialmente en educación, así empecé a notar un mayor auge en la tecnología como mediadora en los modelos de enseñanza y aprendizaje, hoy los niños y adolescentes son nativos digitales. De acuerdo con la Organización de Estados Iberoamericanos, más de tres cuartas partes de los centros educativos en Iberoamérica cuentan con banda ancha y más de la mitad de alumnos y profesores están acostumbrados a trabajar con Internet y con las nuevas tecnologías en el aula, esto incluye los teléfonos móviles y el aprendizaje por proyectos. A estas

cifras hay que sumarle la opinión positiva de más del 70 % de los docentes y cómo el 97 % incluyen las TIC en su plan pedagógico.

¿Qué lo motivó a hacer un evento que fusionara educación con tecnología?

Es trascendente que, ante una situación nunca antes prevista como ha sido la pandemia por la COVID-19, la cual ha puesto a prueba las capacidades de adaptación de todas las personas en el mundo y ha generado un impacto en el sector educativo, especialmente en maestros y estudiantes que de manera urgente y abrupta migraron a clases a distancia para dar continuidad a los programas académicos y evitar en gran medida las pérdidas de aprendizaje, se reflexione y destaque la labor de los docentes durante la pandemia.

En los últimos dos años, la tecnología ha transformado la educación en todo el mundo. Las aulas virtuales pueden llegar a cualquier persona tan solo con una computadora con internet, por lo que han encontrado un lugar en la vida de la mayoría de las sociedades, reforzado por la transformación digital en todas las industrias.

América Latina, en particular, marcada por una enorme brecha educativa y un gran potencial de mercado, está atrayendo la atención de empresas EdTech. Esta industria, está evolucionando con fuerza y tiene a la región en el punto de mira. A causa de la pandemia, millones de estudiantes en Latinoamérica abandonaron sus estudios, viendo en la tecnología su única opción para continuar su educación. Fue todo

esto lo que nos motivó a iniciar con el proyecto que es E-Tech Evolving Education.

La educación en conjunto con la tecnología son factores claves en el desarrollo sostenible, ¿cuáles son los grandes desafíos para cumplir?

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU presentan una proyección clara en relación al futuro. Estos objetivos aportan la noción de escala sustentable o sostenible para la proyección de un espacio seguro para la humanidad. Promover el cumplimiento de las metas de los ODS es una tarea sumamente desafiante, que requiere un abordaje multidimensional centrado en las personas, es decir, que integre dimensiones socioculturales, económicas y ambientales. Esta tarea también demanda identificar barreras para el desarrollo sostenible, como la desigualdad una de las principales problemáticas de América Latina, y oportunidades, muchas de las cuales pueden generarse a partir de enfoques transformadores en el campo de la educación y la tecnología.

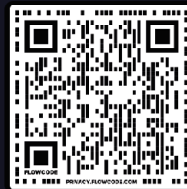
La mayoría de los ODS contemplan a la tecnología como una dimensión sustantiva para alcanzar los cambios necesarios para el desarrollo sostenible. Entre ellos, el ODS 1, Fin de la pobreza, propone garantizar que todos los hombres y mujeres, en particular los más vulnerables, tengan acceso a las nuevas tecnologías; el ODS 5, Igualdad de género, plantea la necesidad de mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres; y, finalmente, el ODS 17, Alianzas para lograr los objetivos, presenta a la tecnología como una de las 5 dimensiones de sus metas y plantea mejorar la cooperación regional e internacional en materia de ciencia, tecnología e innovación, además de aumentar el intercambio de conocimientos





VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

APUNTA Y ACCEDE A TODAS NUESTRAS EDICIONES



mediante la facilitación de la tecnología.

Una estrategia de educación sostenible requiere considerar el ODS 4, integrado a otros objetivos asociados que faciliten un cambio sistémico para construir un futuro sustentable, en un mundo cada vez más interconectado y mediado por la tecnología. Esto requiere un trabajo significativo: analizar las complejas interconexiones entre los objetivos, desarrollar los medios adecuados para alcanzarlos de modo integral y construir una narrativa de cambio capaz de identificar las transformaciones sociales y políticas necesarias, en un marco socioeconómico y geopolítico determinado.

¿Es la tecnología aplicada de la manera adecuada en las instituciones y organizaciones, un camino para cerrar la brecha educativa en los países en desarrollo? ¿Cuál es su opinión al respecto?

Últimamente enfrentamos una situación de relativo desapego con respecto al potencial educativo de las tecnologías, la generalización de su uso por parte de los alumnos fuera de las aulas, y la emergencia de nuevas oportunidades tecnológicas. La tecnología es omnipresente: se puede programar

desde cualquier parte, solo es cuestión de tener las capacidades necesarias para hacerlo. Según el informe “Niños en un mundo digital” de Unicef, el 71 % del total de jóvenes del planeta utiliza internet en su día a día, a pesar de que cerca de 346 millones de ellos no están conectados a la red. Esto supone que el 29 % de las personas de entre 15 y 24 años que vive en las zonas más vulnerables del mundo se ven privadas de una educación digital acorde a los avances tecnológicos de los que ya disponemos; es decir, además de sufrir las brechas históricas de pobreza y exclusión social, se arriesgan a perder el tren de la economía digital.

Considerando lo anterior, estoy totalmente convencido que la tecnología puede disminuir la brecha educativa, sin embargo, debemos enfrentarnos a un nuevo reto: no todos los estudiantes pueden acceder a Internet para seguir el curso escolar ni todos los que acceden lo hacen en igualdad de condiciones. Por ello, considero que la clave es abrirse a nuevas tecnologías a través del comercio exterior y de las inversiones, así como alentar la investigación y desarrollo del sector privado para desbloquear el potencial que tiene la tecnología de acelerar el crecimiento económico en América Latina y el Caribe.

¿Cuáles son los aspectos claves que debe incluir un proyecto educativo que ayude a enfrentar los retos del presente y del futuro, ante la realidad de una transformación digital que abarca múltiples ámbitos productivos e industriales.

Debe haber siempre una etapa de diagnóstico en dónde se va a implementar un nuevo proyecto educativo, detectar las necesidades de los docentes y los estudiantes; es clave pensar que los proyectos educativos deben ser inclusivos para no dejar a nadie atrás. Planear muy bien su implementación y hacer seguimiento a resultados y datos para una mejora continua.

En un mundo de cambios avasallantes y novedades tecnológicas, ¿cómo evitar que los proyectos educativos queden atrás? ¿Cómo mantenerlos actualizados?

La industria EdTech comenzó a experimentar un crecimiento sin precedentes, que se seguirá potenciando en los próximos años. Según datos de un estudio de Qustodio, la descarga de las aplicaciones relacionadas con el aprendizaje creció un 105 % en marzo del 2020, lo cual representó un incremento del

25 %, comparado con las cifras del verano anterior; mientras que un reporte de la firma de investigación de mercados Research and Markets, el sector de EdTech actualmente tiene un valor de mercado de 85 mil millones de dólares. Sin embargo, se proyecta que alcance los 218 mil millones de dólares para 2027.

Que la gran evolución en el mundo de la tecnología no incida en los nuevos modelos educativos es algo imposible, ya que el desarrollo de nuevas herramientas y técnicas que permitan mejorar las diferentes estrategias de aprendizaje solo puede traer beneficios. Considero que la clave está en seguir las principales tendencias: educación híbrida, basado en la semipresencialidad, se ha visto fuertemente potenciado por el nuevo escenario educativo de los últimos dos años. Surge de la combinación entre las estrategias desarrolladas en clases, tanto presenciales como virtuales; la Inteligencia artificial puede ser clave en la gestión de centros educativos, a través de recursos tales como softwares, plataformas o programas; Gamificación, adentrándonos concretamente en la enseñanza e-learning, se basa en incluir en los procesos de aprendizaje el fundamento del juego. Los estudiantes se sienten atraídos por esta dinámica y se involucran en

mayor medida en la realización de tareas al captar su atención respecto al resto de distractores del entorno.

Cuéntenos del balance que le ha dejado la segunda edición de E-Tech Evolving Education realizada recientemente en Puebla.

Estamos sumamente contentos con lo que obtuvimos en esta edición. Tuvimos una participación de más de 80 líderes y expertos del ecosistema educativo provenientes de países como Argentina, Colombia, Chile, Perú, México, España, Francia y Estados Unidos, más de 40 empresas EdTech, más de 20 instituciones, más de 60 centros educativos y más de 20 medios de comunicación aliados.

En cuanto a asistencia, más de 5500 profesionales del sector acudieron presencial y virtualmente para conocer las tendencias que están revolucionando el futuro de la educación en América Latina, mediante la diversa oferta de paneles de expertos y mainshowrooms, así como de la amplia propuesta de talleres y el área de exposición dedicado a las más innovadoras empresas del sector.

La campaña Del Corazón al Aula, que hicimos en conjunto con

Enseña por México, también fue un éxito, pues logramos reunir más de 2,500 útiles escolares que en los próximos días serán donados en las zonas de bajos recursos para evitar que la falta de los mismos se convierta en un impedimento para su buen desarrollo académico. Además, tuvimos las premiaciones de los E-Tech Awards, y los E-Tech Awards Gigantes EdTech.

“Reiteramos nuestro compromiso de seguir siendo los impulsores y catalizadores de ideas, iniciativas y proyectos entre los sectores público y privado que nos permitan superar los retos de la educación en nuestro continente”, fueron unas de sus conclusiones una vez culminado el evento en Puebla. ¿Cuáles serían los pilares que deben edificar juntos ambos sectores para lograr las metas con miras al futuro?

Considero que deben implementarse políticas para minimizar las pérdidas de aprendizaje usando el aprendizaje a distancia. Que le estemos dando a la educación un lugar preferente no significa que no haya aspectos de ella que podamos mejorar, como ha puesto en evidencia la pandemia. En algunos ámbitos, la educación no ha avanzado lo suficiente como exigían los cambios externos al propio sistema educativo.



¿Educamos para ser fuerza de trabajo al salir de la escuela, del instituto o de la universidad, o deberíamos educar personas para la vida en sociedad? Precisamente uno de los retos de la educación es lograr un equilibrio entre ambas tareas. Definir qué es lo que queremos que aprendan las nuevas generaciones es el primer paso para saber qué herramientas utilizar para lograrlo. Por eso, la pregunta clave es qué será necesario que aprendamos en el futuro.

Por ello, durante los próximos años será fundamental la formación del profesorado en tecnologías de la información; ahora no basta con pensar solamente en el aula y en su entorno cercano, ya que las tecnologías han facilitado la creación de una dimensión digital de la vida de las personas en la que se comunican, se relacionan, utilizan las redes sociales y tienen a su alcance el acceso a información que antes no tenían.

Ya ha llevado la dirección general de dos ediciones de E-Tech Evolving Education, un evento que además nació en plena pandemia. ¿Cuál ha sido su principal aprendizaje de esta experiencia?

Es necesario tejer redes colaborativas entre todos los actores del ecosistema, no podemos ir solos para avanzar hacia modelos de enseñanza y aprendizaje más resilientes, inclusivos y sostenibles, y a través de E-Tech Evolving Education hemos logrado reunir a grandes líderes y expertos del sector con esta misma misión.

Como decía Nelson Mandela “la educación es el arma más poderosa que puedes usar para cambiar el mundo” y creo firmemente que esta frase unida con la tecnología y la innovación se potencializa para crear un mundo más equitativo y generar mayores oportunidades para los más vulnerables.

Debemos seguir uniendo esfuerzos entre los sectores público y privado para transformar la educación en México y América Latina; E-Tech Evolving Education es la plataforma para que esto pueda llevarse a cabo e impulsar las tendencias que están marcando el futuro de la educación en nuestra región.

¿Cuál es la huella que quiere dejar con su emprendimiento y labor?

Queremos ser un referente en América Latina y el resto del

mundo como un evento que impulsa los nuevos modelos de enseñanza y aprendizaje, en el que la tecnología y la innovación son clave. De igual forma, ser impulsores de las nuevas tecnologías educativas para lograr que sean más inclusivas, y que escuelas y universidades puedan conocer la oferta que hay en el mercado, así como los proyectos y las iniciativas que se tejen alrededor de la innovación educativa.

También esperamos inspirar a todos los apasionados por la educación a llevar a cabo sus proyectos y darlos a conocer a través de E-Tech Evolving Education.

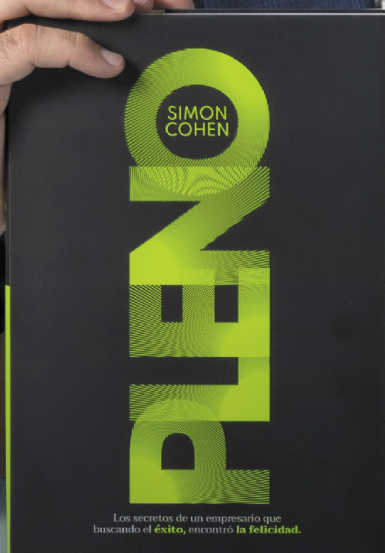
E-Tech Evolving Education ha contado con importantes speakers de connotación internacional, ¿Ha pensado cruzar las fronteras mexicanas a futuro también de manera presencial y llevar este modelo de negocio a otros países in situ?

Claro, tenemos la misión de convertirnos en el evento de educación y tecnología más importante a nivel mundial. Por ello, el plan de crecimiento incluye la expansión del evento con una edición en Colombia, que sería accesible para el resto de Sudamérica, así como otra en Estados Unidos, para poder ofrecer la experiencia E-Tech Evolving Education a más referentes del sector. Ambas están ya en proceso de planeación, y esperamos anunciarlas oficialmente el próximo año.

CONECTA TU NEGOCIO CON UNA AUDIENCIA ESPECIALIZADA

HubradioLATAM
Radio Online Empresarial
N°1 de Hispanoamérica





Si eres feliz, lo puedes todo

De acuerdo con el empresario, todos tenemos derecho a ser felices, teniendo en cuenta que cada persona es importante, sin distinción del puesto que ocupe en la empresa

Simón Cohen

Presidente y fundador de Henco Global



Según Aristóteles, la felicidad consiste en lograr, a lo largo de toda la vida, todos los bienes que conducen a la perfección de la naturaleza humana y al enriquecimiento de la vida. Durante siglos la humanidad ha buscado la manera de alcanzar la felicidad. Hoy, en pleno siglo XXI y en medio del avasallante ritmo que impone el avance de la tecnología, se plantea la misma búsqueda.

Simón Cohen, presidente y fundador de Henco Global, quien recientemente fue nombrado el empresario más feliz del mundo, señala que no es saludable obsesionarse con el dinero, ya que cuando las personas se empeñan en conseguirlo es muy probable que tropiecen. “¿Para tener una vida feliz se debe tener dinero? Un porcentaje de la fórmula de la felicidad es la parte económica, ya que cuando están cubiertas las necesidades básicas del ser humano, se puede ser mucho más eficiente en lo demás; esta felicidad no está basada en lo material si no en buscar nuestro bienestar integral”, apunta.

Factor de Éxito conversó con Cohen, quien asegura que “cuando trabajas por un propósito y quieres ser mejor que el día de ayer, y quieres ser el mejor del mercado, entonces vas a ir avanzando y la consecuencia es que vas a tener éxito

económico. Así que debemos trabajar por un propósito, entender por qué existimos, y para qué existimos”. Simón Cohen es, además, el autor de Pleno, un libro que explica perfectamente que se puede ser feliz y de alto rendimiento, siendo esto la base de su cultura organizacional, la cual se convirtió en un caso de estudio por la Universidad de Harvard.

Henco Global, empresa que brinda soluciones integrales de logística en todo el mundo, cuenta con un principal propósito, y no es hacer dinero, esa es la consecuencia. “El humanismo con tecnología exponencial es lo que lleva a empresas como Henco Global a ser líderes en lo que hacemos”, expresa Cohen y agrega que “para tener una vida feliz se tiene que estar feliz en tu trabajo. La vida es muy corta para ser feliz solo el fin de semana”.

¿Cuáles son las bases de su método de cultura organizacional High Performance Happy People?

High performance, Happy people es una metodología que se basa en cuatro pilares que son: bienestar, conciencia plena, felicidad y alto rendimiento.

Bienestar: Hacer ejercicio, comer y dormir bien son la base para lograr un bienestar integral. Adicionalmente, a través de Henco todos los colaboradores tienen acceso a consultas con un nutriólogo, psicólogo y/o especialistas, personas que te ayudan a entender la vida. Además, se les invita a tomar un curso del sueño para aprender sobre cómo dormir bien. Dormir es tan importante como respirar, cuando estás bien descansado, eres más productivo. Por consecuencia cuando tienes colaboradores que comen bien, descansan y se ejercitan, una vez que lleguen a la oficina serán como atletas olímpicos.

Conciencia plena: En Henco recordamos la importancia de

tener una mente calmada, se debe estar concentrado, ya sea a través del yoga o cualquier forma de meditar, si eres religioso o religiosa poder conectar con quién creas no importa, lo que necesitas es tener la mente en paz.

Felicidad: Agradecer y ayudar a los demás es lo que más satisface al corazón, no solo el compartir con amigos; durante las horas laborables es válido carcajearse y sonreír en la oficina, una vez que comienzas a disfrutar lo que haces, por consecuencia, todo tu entorno comienza a ser más feliz.

Alto rendimiento: Este pilar es la consecuencia de los tres primeros cuadrantes, debido a nuestra metodología “High Performance Happy People” hemos sido premiados como uno de los mejores lugares para trabajar en México y Latinoamérica.

¿Cómo podemos ser tan eficientes si le dedicamos mucho tiempo a enseñarle a la gente cómo dormir, cómo comer saludable, cómo hacer ejercicio, cómo ayudar a los demás, cómo estar en paz en tu cabeza o cómo meditar? Precisamente por eso, entre más das, más recibes.

Esta filosofía es totalmente incluyente, donde todos tenemos derecho a ser felices y donde cada persona es importante; sin distinción del puesto que ocupen en la empresa.

¿Cómo se adapta este método a la transformación digital? ¿Es la nueva era digital un tiempo para Happy People?

Debemos tener en cuenta que no solo las startups cuentan con tecnología de punta, las empresas consolidadas tenemos que invertir tanto o más que ellos, así lograremos tener un avance en los procesos con mejores resultados, porque ya tenemos un mercado ganado y hay que irnos actualizando, así que, obviamente como empresa si no tienes tecnología, mueres.



¿Cómo ser un buen líder en una era donde se impone la digitalización y la virtualidad?

Definamos qué es un líder para ver si se puede ser uno bueno, o no. Un líder es aquella persona que saca lo mejor de los demás, que perdura en su ausencia, si no estoy junto a mi equipo y no los inspiro a ser la mejor versión de sí mismos, entonces no soy buen líder.

En Henco Global, tenemos un liderazgo de pirámide inversa como yo le llamo. Normalmente, la pirámide organizacional es un triángulo donde los de abajo sirven a los de arriba; en nuestro caso es de manera inversa porque está basado en humildad, cuando volteas la pirámide te das cuenta que nosotros, los líderes que diseñamos y fundamos este negocio, somos los que estamos para servir a los demás y entre más alto sea el puesto, más humilde tienes que ser y ofrecer mejor servicio, de esta manera

se genera un liderazgo positivo. Por supuesto que se puede ser buen líder en esta época digital, promoviendo no dejar de lado el toque humano, recordemos que aunque haya tecnología no somos robots, tenemos sentimientos y un corazón. La empresa que se olvide de su talento humano está destinada a fracasar.

Debemos tener en cuenta y no confundir Great Place to work con Great Place "to flojear", somos un gran lugar para trabajar, por ello tenemos que trabajar duro, ser muy eficientes y efectivos para así poder generar y repartir riqueza.

El llamado en estos tiempos es a tener negocios digitales y sostenibles, ¿Son términos compatibles? ¿Bienestar social, medio ambiental y tecnología tienen un punto de encuentro?

Por supuesto, la digitalización es una herramienta más, si tenemos todas las piezas vamos a

conectarlas. Unamos la tecnología con el humanismo, de no darle el toque humano, el mundo perdería el sentido. En estos momentos estamos viviendo una falta de valores porque la gente no se preocupa por los demás, no damos un abrazo aunque sea virtual, no damos una palabra de motivación, no ayudamos a la gente a conseguir sus metas, solo nos preocupamos por vanidades.

Busquemos la manera en que la gente se sienta satisfecha de corazón, el futuro será de seres humanos con sentimientos, porque no desapareceremos de la faz de la tierra para que la controlen las computadoras. Debemos construir un negocio que cuide la naturaleza siendo sustentablemente responsable, sostenible en tiempo y tecnológicamente muy apto, pero nunca perdiendo el toque humano.

FACTOR DE ÉXITO

Revista para el Liderazgo Empresarial y de Negocios

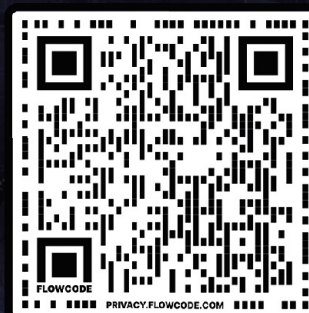
CHILE | ECUADOR | COLOMBIA | MÉXICO | PANAMÁ | MIAMI | ATLANTA | REPÚBLICA DOMINICANA | NEW YORK

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



Existe creencia que la “bigdata” vale por sí sola, pero en realidad el objetivo es transformarla en inteligencia

La inteligencia artificial no sustituye el factor humano, pero sí lo hace atemporal, un futuro a corto plazo en donde, en lugar de leer un libro o escuchar un audio libro, se pueda entablar una profunda conversación con Mozart

Engel Fonseca

Consultor. TEDx Speaker, LinkedIn Creator. CEO en Potential Group & Growthacker for Digital Transformation



Engel Fonseca es un apasionado por el potencial humano a través de la tecnología, ha sido un pionero y empresario de marketing interactivo, buscador incansable de la innovación.

Fundador de Neurona Digital, el primer Centro de Conocimiento de Marketing Digital en México. “Empezó como un blog, luego fue una red social, posteriormente una estación de radio sobre podcast hasta que se consolidó como una escuela especializada en TD. Hoy es un pilar elemental de nuestra consultoría especializada en lo que le llamamos ‘Edumaking’, que consta en dar claridad sobre dónde están las empresas, hacia dónde ir, considerando el acompañamiento para lograrlo”.

Fonseca también tiene responsabilidades en MediaScience, agencia líder en Digital Marketing y Fibonaccy, una firma Consultora en Seguridad Cibernética; es Co-Fundador de DigiBrain, firma de Estrategia y Content MKT con sede en Los Ángeles. También es representante de TEDTalks en México con TEDxDelValle. Recuerda que esa motivación por el emprendimiento le nació a partir de un PDI (Punto de Inflexión). “Estaba estudiando derecho en la UNAM, surgió una huelga estudiantil, me quedé sin escuela, entré a trabajar de

becario en Terra Networks y empecé mi camino como auto didacta”, reflexiona.

¿Cómo es eso que el futuro está en el Digital Mastery?

El término en realidad se refiere a sabiduría de negocio, resulta que los expertos en transformación digital hemos identificado que ser inteligente es muy importante, sin embargo, la inteligencia sin sabiduría puede llevar a la toma de decisiones que subestimen capacidades, como la empatía y la inteligencia social. Digital Mastery consiste en tener claridad para el orden óptimo de las prioridades, sin claridad respecto a las prioridades, la transformación digital puede ser una orquesta sin orden alguno, esto es muy común por la cultura de lo urgente en las organizaciones.

¿Esto es parte o una evolución de la transformación digital?

Es una evolución, si tenemos la claridad de que “Transformación Digital” es madurez personal y organizacional para optimizar recursos en la era digital, lo que sigue es tener “Digital Mastery”, esta sabiduría que implica estar calibrados en nuestra atención, tener claridad, prioridades ordenadas y lejos de tomar cualquier decisión a partir del miedo.

¿De qué manera se podría compaginar la transformación digital con la transformación de la cultura y desarrollo de los equipos?

Todo está conectado, ya que para fomentar Transformación Digital se requiere trabajar principalmente con el “Mindset”, luego los “Skillsets” y entonces, aprovechando la tecnología, vía el “Toolset”. A lo que concierne el “Mindset”, implica “mapear” la estructura de pensamiento de la organización, sus paradigmas, sus sesgos y la construcción de a lo que llamamos en nuestra consultoría “PES” (Pensamientos Eficientes Sustitutos). Los

problemas entonces dentro de la empresa se observan como síntomas, las buenas y las malas dinámicas de los equipos también. Sin duda, la buena colaboración en una empresa es un síntoma de madurez dentro de la misma.

¿Cómo es eso de la Neurociencia de la transformación digital?

Es elemental para poder provocarla, en nuestra consultora llevamos a nuestros clientes y sus empresas a poder observar sus pensamientos, sus estructuras de pensamiento, sin juzgar para empezar a hacer las preguntas correctas.

Sucede que el planteamiento cultural en Latino América para detonar TD, se enfoca en invertir la atención en el error, encontrar al culpable, castigarlo y que se comprometa a no repetir el error mismo. Desde la neurociencia, la transformación en la era digital es otro nivel, consta de ver al error como síntoma, fomentando la responsabilidad (no la culpa), invertir en auto conocimiento tanto a nivel personal como organizacional con la claridad de que, hasta que se entiende por qué se hace algo, se puede transformar.

Por otro lado, está el factor miedo y lo que la neurociencia plantea sobre el mismo, el miedo baja las defensas, evita pensar, lleva solo a reaccionar y genera perfiles “autómatas” que solo obedecen, las empresas no necesitan personas con miedo, necesitan personas solo con respeto.

¿De qué se trata? ¿Cuáles beneficios nos traería como humanidad?

Históricamente somos “Exo-contemplativos” y, cuando se refiere a observarse a sí mismo a nivel profesional o empresarial, tenemos muchos puntos ciegos. La raíz de ser “autómatas” (por no decir otra palabra que empieza con la letra “P”) radica



en este desapego e ignorancia de cómo funciona nuestro cerebro (hardware) y nuestra mente (software). En nuestra consultora desarrollamos la metodología de “Thinktech”, con la cual resaltamos que “aprender a pensar también es tecnología” y consta de 15 pasos para construir densidad de pensamientos que se refleja en inteligencia de negocio, llegando al punto de “Digital Mastery”.

¿Cómo mantener a las organizaciones actualizadas al ritmo de los cambios de paradigmas que nos lleva la era digital?

Ante todo, lo primero consta en reconocer que se tienen paradigmas. Todo ser humano y empresa tiene paradigmas, sesgos, miedos cognitivos. Se requiere rodearse, contratar, trabajar con personas que tengan el carácter de decir las cosas como son, pero también evolucionar de ser “afirmativos” (cuando solo aceptamos lo que cuadra con lo que ya creemos y nuestra estructura de pensamiento actual) hacia ser “informativos”, lo cual consta principalmente de ser curiosos, tener una capacidad de asombro renovada y no generalizar respecto a nada, nadie, ninguna oportunidad o plataforma tecnológica que puede ser parte de la solución.

¿Es bien usada la bigdata en los diversos procesos de transformación digital?

Es elemental ser “DataDriven”, tomar decisiones a partir de lo que se refleja en los datos.

Constantemente, se cree que la “bigdata” vale por sí sola, pero en realidad el objetivo es transformarla en inteligencia. Hoy ser inteligente consta de pronosticar el futuro a partir de la data desde el presente para evitar solo reaccionar.

¿Cómo identificar que una empresa está lista para asumir esta realidad y retos?

Hay varias formas, nosotros trabajamos con nuestra plataforma de www.tway.mx, justo para identificar el “IMTD” (Índice de Madurez en Transformación Digital).

Sin embargo, hay síntomas comunes para identificar si la empresa es madura, como la velocidad, la cultura del miedo y sus niveles de innovación transversal.

¿Cuál es la huella que quiere dejar con su labor de consultoría y mentoría dentro de los equipos de marketing en las organizaciones?

No solo trabajamos con marketing ahora, sino con toda la empresa. Recordemos que mucho de lo que es la TD en las empresas empezó en el área de MKT, pero ahora ya es un tema horizontal.

La huella que quiero dejar consta de:

- Tener entusiasmo por el futuro.
- Curiosidad para liberar su potencial tanto profesional como empresarial.
- Optimizar los recursos vía la tecnología.
- Habilitar a las personas y empresa a poder modificar sus pensamientos.
- Sorprenderse de lo que se puede lograr optimizando el recurso de la atención.
- Creer que todo es posible.

¿Cuáles son sus expectativas con respecto a la transformación digital y sus efectos en el próximo lustro?

El valor está en la ejecución, en hacerlo, en implementarlo. Ya hay muchas consultorías que te dicen en dónde estás y hacia dónde ir, pero no te llevan de la mano para lograrlo.

Ahora las empresas están entendiendo la importancia de ser “Data Driven”, lo cual me apasiona bastante, ya que es la forma de introducir el pensamiento científico en las empresas y las personas. Todos tenemos acceso a pensar como científicos, sin serlo.

¿Habrá espacios para una convivencia híbrida entre el capital humano, marcas y factores como la inteligencia artificial?

Sí, es la realidad a la que ahora se le llama “Figital”. La inteligencia artificial no sustituye el factor humano, pero si lo hace atemporal, piensa en el futuro a corto plazo en donde en lugar de leer un libro o escuchar un audio libro, puedas entablar una profunda conversación con Mozart.

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

Transformación digital es un cambio de mentalidad

Es fundamental que el sector educativo asuma cambios y transformaciones, porque la pandemia si algo nos dejó, es la aceleración de situaciones y adopción de herramientas que dan soluciones innovadoras

Rodrigo Martínez

Gerente general de Marketing y Ventas en Klarway



Rodrigo Martínez es gerente general de Marketing y Ventas en Klarway, una EdTech que tiene como misión liderar la industria del proctoring en el mercado hispanohablante.

Recientemente, Martínez fue uno de los speakers internacionales en el marco de E-Tech Evolving Education, un evento latinoamericano de tecnología e innovación educativa, en el que participaron 70 líderes y expertos del ecosistema educativo provenientes de diferentes países.

Con una experiencia de 20 años de trabajo en la industria, en los que ha transitado por importantes empresas como Claro, Ceonix y Kiri. Además de emprender ocasionalmente, lo que le permitió desarrollar cualidades de liderazgo y gestión de equipos, una forma de trabajo que considera ideal para generar crecimiento y construir conocimiento en sus equipos de trabajo.

Rodrigo relató para Factor de Éxito cómo él considera que la educación podría irse acoplando a los procesos de transformación digital.

La transformación digital está jugando un rol protagónico en el presente y la educación no se escapa de esa realidad. ¿cómo proyectas esa realidad para las siguientes décadas?

En realidad, la transformación digital es un concepto complejo, aunque no lo parezca. Sucede que se cree que la transformación digital es solo la incorporación de tecnologías, y para mí se trata más de un cambio de mentalidad de cómo utilizar las tecnologías en los procesos de transformación. Por eso, en muchas empresas, instituciones y organizaciones, a veces, no se logra la transformación rápida, debido a que no piensan más allá del hecho de sumar la tecnología y se quedan cortos, porque no lo ven como un proceso múltiple, complejo y de muchas variables.

Es complicada la implementación de la transformación digital en sectores como la educativa, con una cultura muy arraigada y resistente a los cambios, y una estructura que suele ser sólida y rígida.

Sin embargo, considero que el estudiante y el docente están hoy en día presionando desde ciertos espacios a las instituciones para que entren en la dinámica de estos cambios y no lo vean como algo negativo, sino como un proceso que debe incorporarse para pensar de otra manera. Y es fundamental que el sector educativo lo haga, porque la pandemia si algo nos dejó es la aceleración de situaciones y adopción de herramientas que den soluciones efectivas.

Por eso nosotros en el proceso de construcción de nuestros productos salimos a preguntarle mucho a los involucrados y beneficiarios, necesitamos probar con los startups in situ, escuchar lo que nos dicen, para saber de

primera mano lo que funciona, así podemos continuarlo y mejorarlo.

Considero que también es fundamental cambiar el manejo de los presupuestos en el sector educativo. Por ejemplo, antes tener un edificio grande para una institución era el significado de prestigio, hoy todo cambió, ahora los procesos miran más hacia los alumnos y que las personas estén en el centro de las decisiones. Aparece una nueva palabra en todo este ecosistema que son los propósitos.

En Klarway empezamos a trabajar con los propósitos, indagar en cuáles se querían cumplir, porque sabíamos que nuestros servicios y productos no iban a ser exitosos si no mirábamos a los propósitos de los usuarios en el caso de los alumnos y los docentes. Así aparecieron por ejemplo unos propósitos muy importantes en nuestra empresa que se utilizaban como pilares: Flexibilidad, sustentabilidad y rentabilidad.

¿Cómo lograr que los maestros no vean la innovación y la transformación digital como un enemigo, sino como un aliado para su desarrollo profesional y gestión de enseñanza?

Hay lugares en donde la tecnología tiene un mal marketing para decirlo de alguna forma, se le percibe como una palabra que significa sustituir, desplazar y, en realidad, en un buen proceso diseñado con la tecnología bien utilizada, y desde un inicio implementada de manera adecuada, es un aliado indispensable. Es cuando eso se comprende que se empieza a dar un proceso muy interesante.

Nosotros buscamos trabajar con nuestras soluciones para que el docente no sea percibido



como un policía, sino que ejerza una labor que genere un valor agregado en el proceso educativo, con una función más de coach. Que el docente se dé cuenta que el alumno lo que en verdad necesita es cumplir con su propósito, y para ello contar con un guía que lo lleve por el camino a la reflexión.

Asimismo, el proceso de evaluación en la educación tiene que dejar de ser un control, y evolucionar a un proceso que sirva de guía para cumplir los objetivos del alumno.

En Klarway trabajamos mucho para que el alumno no se vea como un aprobado o desaprobado, sino que exista una herramienta para que el docente pueda tomar otra posición más de guía hacia el alumno o esa persona al momento de evaluarlo.

Yo me imagino un futuro o casi presente en donde el profesor, a través de los CMR y análisis de datos, tenga concentrada toda esa información del alumno en una herramienta que le permita entender cuál es la situación real de su alumno o la persona con la que están trabajando, para que pueda lograrse los propósitos de ambas partes.

En este sentido, la responsabilidad de nosotros como E-tech como creyentes del sistema de transformación digital, es aportar las herramientas que ayuden a una educación masiva, pero a su vez personalizada.

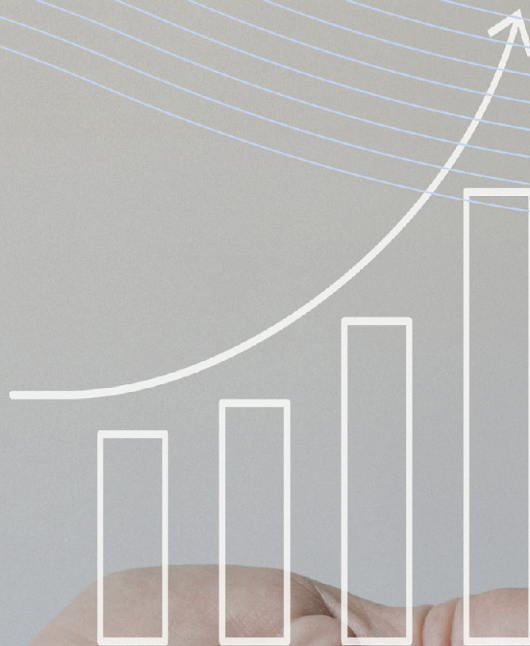
¿Cuáles son los principales retos del sistema educativo en Latinoamérica?

Lograr un masivo acceso a la tecnología, internet y recursos

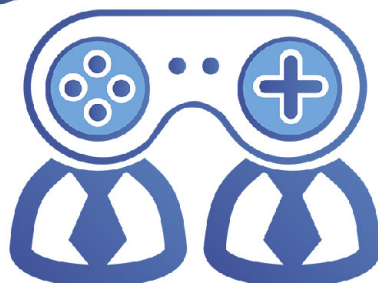
básicos. Que se tenga como objetivo una sociedad donde la educación se vea como una figura preponderante.

Por eso, la responsabilidad que tenemos a lo largo de toda Latinoamérica es lograr una educación con pleno acceso democrático y real, en donde fluyan las ideas de la gente.

En tal sentido, creo que la unión de la educación y la transformación digital ejecutada con responsabilidad y objetivos precisos me da a pensar que en los próximos años se podrá transformar Latinoamérica en un pueblo con pleno acceso a las ideas.



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.

La tecnología bien usada para diseñar experiencias educativas es garantía de éxito

Jordi Rosquillas Tovilla

Director general y cofundador de Edvolution



Recientemente, se realizó en la ciudad de Puebla, México, el E-Tech Evolving Education, un evento latinoamericano de tecnología e innovación educativa. Uno de los principales speakers de este encuentro, que tuvo el lema “Regenerar para co-construir la educación del futuro”, fue Jordi Rosquillas Tovilla, quien participó al igual que otros 70 líderes y expertos del ecosistema educativo provenientes de países como Argentina, Colombia, Chile, Perú, México, España, Francia y Estados Unidos.

Es Licenciado y Maestro en Ciencias de la Comunicación por el Tecnológico de Monterrey y con un Máster en Periodismo por la UAM / El País y se ha especializado en Educación Disruptiva por el Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa.

En una actualidad donde la transformación digital ha tomado la batuta en muchos sectores, más aún por los acelerados cambios como consecuencia de la pandemia, Jordi Rosquillas ya se había adelantado a estos nuevos paradigmas como un emprendedor, haciendo propuestas oportunas en la intersección entre la tecnología y la educación.

Fue así como fundó Edvolution en el 2016, con el objetivo de facilitar la transformación de

las instituciones educativas frente a los retos del siglo XXI. Como director de Edvolution lidera un equipo especializado en la transformación digital de instituciones educativas en las que la tecnología juega un rol habilitador. Acompañar la transformación de instituciones educativas le ha permitido construir una visión amplia de los retos que enfrentan escuelas y universidades, tanto en Latinoamérica como Europa, a través de procesos de transformación, que incluyen: servicios de desarrollo profesional docente, consultoría en manejo de cambio, comunicación, infraestructura e integración curricular de plataformas educativas.

Quisimos saber un poco más de la implementación de la transformación digital en el sector educativo, de la viva voz de Jordi Rosquillas, y estas fueron sus impresiones.

La transformación digital está jugando un rol protagónico en el presente de la educación. ¿Cómo proyectas este matrimonio entre la educación y tecnología para las próximas décadas?

La transformación digital es un fenómeno que está pasando en diferentes lugares y entornos. Considero que en la educación está llegando un poco más lento de lo que pasó en otros ámbitos; sin embargo, con la pandemia y todo lo que ha pasado en estos últimos años la transformación digital educativa se está acelerando definitivamente, ya que hubo una necesidad imperiosa de adoptar nuevos mecanismos de educación prácticamente de una semana a la siguiente. Debido a la cuarentena, aproximadamente 3,500 millones de estudiantes en todo el mundo tuvieron que dejar de ir a las aulas para quedarse en sus casas.

Esto fue un impacto enorme en el sector educativo de manera global, es por eso por lo que todos los países en las diferentes

regiones ahora están empezando a pensar en la transformación digital como algo prioritario en muchos sectores.

Entonces, a toda esta coyuntura de la pandemia, se suma a una necesidad imperiosa de tener mejores resultados y esto no había pasado porque el sistema educativo no se ha transformado a la velocidad que otras áreas sí lo están logrando.

Una de las características de la transformación digital es la analítica de datos. ¿Cómo ayudaría esto a los nuevos roles de la educación?

Ciertamente, es de los elementos claves de la transformación digital. Porque anteriormente los datos que se recopilaban acerca de algún impacto en la educación tradicional tenían que esperar años para saber cuál era el resultado que había tenido un cambio en específico. Mientras que si hacías un cambio en el currículo, había que esperar que los estudiantes terminarían los exámenes del ciclo para ver cómo se había impactado ese tema en particular.

Con la aplicación de la transformación digital puedes hacer un cambio leve e, inmediatamente, en tiempo real se pueden ver resultados de lo que está pasando. Los datos son pieza fundamental de la transformación digital, son útiles para mejorar la experiencia operativa y los resultados del sistema educativo, al aplicarles analítica de datos e inteligencia artificial, te lleva directamente a una mejora continua.

Porque al usar los datos y ponerles esas herramientas, en realidad lo que tienes es una navaja Suiza con un montón de posibilidades, desde identificar y acortar brechas de aprendizaje, personalizar la educación, mejorar el involucramiento de los estudiantes, crear asistentes inteligentes para los maestros, predecir el abandono escolar, o el éxito en una materia.



Cuando una institución educativa puede predecir situaciones, seguramente tendrá éxito y en realidad se le abre un abanico de posibilidades enormes, incluso a veces da un poco de miedo o por lo menos incertidumbre. Por tal motivo, ahorita gran parte de la tarea es que los responsables de la educación empiecen a entender claramente cuáles son los alcances de los avances tecnológicos y su gran utilidad.

Teniendo en cuenta que eres comunicólogo, ¿cuál sería el mensaje para compartir con los maestros para que no vean la transformación digital como un enemigo y sí como un aliado para su desarrollo profesional y gestión de enseñanza?

Yo creo que el mensaje principal para ellos es que los retos que están viendo en el aula en el día de hoy, se pueden asumir de manera exitosa, y eso pasa por utilizar la tecnología. Por ejemplo, si un

maestro está frustrado porque los resultados que está teniendo son pobres, o porque los estudiantes ya no le hacen caso, y está teniendo problemas para aplicar su metodología pedagógica, lo más seguro es que si implementa una serie de metodologías que asuman herramientas tecnológicas va a poder darle la vuelta a esa situación.

Se debe entender que la tecnología bien usada para diseñar experiencias es garantía de éxito. Yo los invito a explorar desde un punto de vista de curiosidad y creatividad para que puedan comprender cuáles son los alcances, y luego aplicarla para resolver los problemas que están teniendo.

**¿Cómo surgió Edvolution?
¿Cómo ha sido el camino de su evolución?**

Surgió como una compañía pensada en poner al mentor, al docente, al maestro, a la maestra en el centro. Somos firmes creyentes que los estudiantes siempre se van a ver favorecidos por alguien que los quiere en su proceso de educación y creemos que el docente, como parte de un ecosistema, de un sistema educativo, es la pieza principal que necesita ser acompañado, motivado y reforzado para poder hacer esta transformación.

Como compañía nacemos pensando en darle herramientas a los docentes y capacitarlos en el uso de estas. Yo diría que proveemos la caja de herramientas, pero también la capacitación para su uso. Mientras

que alrededor del docente también construimos posibilidades para que los líderes y los tecnólogos involucrados con la institución puedan apoyar este proceso.

Desde ese concepto nos hicimos socios de Google para Educación, pensando que esas herramientas son muy poderosas y útiles para los retos que siguen. Entonces de la mano de Google y con nuestra propuesta metodológica de formación de desarrollo de habilidades digitales para docentes, es como hemos crecido.

¿Están las escuelas y universidades a veces con estatutos muy rígidos listos para los cambios de paradigmas educativos?

Pienso que están en un momento crítico y problemático, porque las universidades, a su vez, responden a sistemas más grandes, a sistemas gubernamentales, a su vez, a los sistemas educativos que están interconectados en el mundo, y necesitan encontrar este espacio en el que pueden innovar al mismo tiempo que cumplir una serie de reglamentaciones y estructuras que son exigidas para mantener su rol de proveedores de educación garantizada.

Creo que las universidades están en un momento crítico en el que necesitan dos cosas: flexibilizarse, para incorporar nuevas maneras de enseñar y también empujar para que las estructuras tan rígidas que venimos cargando desde el siglo XX empiecen a cambiar y puedan dar apertura a la innovación y respuestas de las necesidades que nos pone enfrente el siglo XXI.

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**

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.



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



APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS
EDICIONES





Hay que usar el marketing y plataformas sociales como agentes de cambio

Pueden ser un área de oportunidad y una gran herramienta para mejorar la calidad de vida y ofrecer igualdad de oportunidades para todos

Rafael Sansores

Conferencista, speaker, y director de marketing en Avenue Media



Rafael Sansores Majul fue nombrado este 2022 como LinkedIn Top Voice. El conferencista y creador de contenido con amplia experiencia en desarrollo profesional, marketing de contenido y redes sociales, considera que la transformación digital, a pesar de que es un cambio tecnológico, también es un cambio humano.

El Editor en jefe en INSPIRAS revista de lifestyle, bienestar, desarrollo profesional y humano, comparte su experiencia en talleres, cursos y seminarios para empresas y personas, enfocado en resiliencia, hábitos y redes sociales. Y en esta ocasión, nos comenta cómo la transformación digital y la aplicación de nuevas tecnologías pueden influir en diferentes ámbitos del marketing y el desarrollo de contenidos de valor.

Una de las primeras áreas en las que se asumieron herramientas de transformación digital fue en el marketing, ¿cómo ha sido esta evolución y aportes de las nuevas tecnologías en las estrategias de marketing?

El marketing evolucionó a la par de internet ante la necesidad de vender mediante el comercio electrónico y ante el mayor uso del consumidor para comprar en línea. Las empresas se empezaron a preguntar: ¿cómo poder vender

en estos tiempos? ¿Cómo podrías conectar con el usuario? ¿Dónde está el usuario? El usuario está en redes sociales, en Facebook, en Instagram, en Tiktok, entonces esos canales cada vez más se convierten en prioridad para las empresas, pero no solo por las grandes empresas también por las pequeñas y medianas empresas para conectar de manera más auténtica con el consumidor. Nos permitió hacer otro tipo de marketing mucho más humano y mucho más auténtico. La transformación y el marketing digitales van de la mano y, sobre todo, se adaptan con rapidez a la necesidad de las personas de comprar en línea y de que no me vendas, sino que me cuentes una historia, que me lleve una experiencia.

¿De qué manera se podría compaginar la transformación digital con la transformación de la cultura y desarrollo de los equipos?

Puede ser un área de oportunidad y una gran herramienta para darle un poquito más de independencia y autonomía al trabajador. Oportunidades como el trabajo remoto nos permite ahorrar mucho tiempo en el tráfico y tener una mayor calidad de vida y nos muestra que si confiamos en nuestro colaborador, este nos puede regresar esa confianza con resultados. Si hay políticas correctas para ir fomentando el trabajo en equipo, para ir delegando de manera eficiente, se puede incrementar la productividad y a esto añadirle una cultura integral donde no se pierda al ser humano a pesar de que no lo tengas en frente físicamente. El trabajo híbrido y remoto llegaron para quedarse y pueden representar grandes ahorros para las empresas y una mayor calidad de vida para los empleados.

¿Las RRSS cambiaron la manera de hacer las Relaciones Públicas? ¿Es posible una estrategia de posicionamiento

de marca y vocería que tenga un equilibrio entre los viejos esquemas y las nuevas tecnologías?

Por supuesto y creo que es necesario. Las redes sociales son buenísimas para armar una marca personal, para darte a conocer, para conectar con personas que antes era muy difícil conectar. Pero, para que una red social y una estrategia digital funcione para una marca personal o una empresa, tiene que estar acompañado por el ser humano que está detrás de esa cuenta, tienes que dar una identidad humana, real, transparente y eso se ve detrás de un tweet, detrás de un post de LinkedIn, hay que ser coherentes con quien somos en redes sociales con nuestro trato fuera de ellas, por eso si mezclamos las buenas prácticas de los esquemas anteriores y lo fusionamos con la tecnología, el alcance de una marca puede ser muy bueno, transparente y humano.

¿Cómo llevas la responsabilidad y el rol de ser un LinkedIn Top Voices del 2022?

Con gratitud ante todo y sobre todo sentido de responsabilidad y de compromiso personal para poder ampliar temas que nos pueden servir como profesionistas, como ser humanos. Mantenerme informado en lo que está en tendencia. Así como cuáles situaciones sobre todo laborales podemos aportar para que las personas tengan mayores oportunidades, para que la situación sea un poquito más ligera, para que puedan aprovechar su potencial, para que puedan construir un plan de desarrollo profesional. También, otra de las cosas importantes de ser top voice, es poder amplificar la voz de los demás, no todo tiene que ser sobre lo que yo digo sino también hay otros creadores de contenido, hay otras personas con buenos puntos de vista que podemos amplificar desde la plataforma para que tengan



mayor alcance y para que la idea, consejo o punto de vista, llegue a más personas y pueda servir para su crecimiento en sus vidas o negocios.

El LinkedIn fue una de las redes sociales que capitalizó de mejor manera el periodo de pandemia. ¿Cuáles crees que fueron los principales factores para esta transformación?

Empezó a cambiar la perspectiva sobre lo que es LinkedIn. Antes creíamos que era un currículum virtual que solo íbamos a buscar trabajo y poner copia y pega de nuestro currículum vitae, la realidad es que LinkedIn es una red social muy completa y tiene la gran ventaja de ser una red social profesional, tú aquí sabes a qué me dedico en cambio en Facebook, no existe ese peso a nuestra trayectoria profesional. Si le vamos a vender a empresas y si nos vamos a posicionar como marca personal, no hay mejor red en la que estar que LinkedIn. Misma que ha cambiado muchísimo desde el 2019 hasta ahorita, desde el layout y el diseño hasta las funciones, tratando de convertirse en lo que habíamos mencionado antes en una en una red social muy completa y esto se ve en que cada vez las personas participan más, hay más creadores de contenido y se consumen más horas en la red, no solo para buscar empleo sino para buscar contenido de valor dentro de la misma.

¿Cómo crear una marca personal y no morir en el intento? ¿Cuáles serían las claves?

La primera palabra para crear una marca personal en la autenticidad y la transparencia, tú tienes que hablar desde tu experticia, desde tus conocimientos, desde tu experiencia, de sus vivencias, de tus casos de éxitos, de tus fracasos, desde tus triunfos porque si pretendes ser una marca personal que nos va acorde con quién realmente eres, las personas se van a dar cuenta. La otra es perder el miedo al qué dirán, publica sin esperar ser perfecto, con el tiempo vas a desarrollar una comunidad y una narrativa única, pero si te dejas llevar por el síndrome del impostor o las opiniones ajenas, nunca vas a poder crear una marca personal solida porque te estas limitando por cuestiones externas. Confía en ti mismo, en tu experiencia y en todo lo valioso que puedes aportar.

¿Cuál es la huella que quiere dejar con su labor de consultoría y mentoría dentro de los equipos de marketing en las organizaciones?

Que se atrevan a innovar, aprender, fallar, mejorar, intentar esa idea creativa, publicar este post, perder el miedo al no, y buscar cambios verdaderos que abran más oportunidades para todos. Que crezca tu negocio,

que puedas dar empleos, que tu idea o procedimiento mejore la industria, usar el marketing y las plataformas sociales como agentes de cambio para una mejor calidad de vida e igualdad de oportunidades para todos.

¿Cuáles son sus expectativas con respecto a la transformación digital y sus efectos en el próximo lustro? ¿Habrán espacios para una convivencia híbrida entre el capital humano, marcas y factores como la inteligencia artificial?

Por citar un ejemplo. La transformación digital ya no es opcional, simplemente si no estás dispuesto a ejecutarla corres un riesgo muy real y latente que tu organización deje de existir o que te conviertas obsoleto como profesionista. Ya ha empezado un gran cambio donde varios trabajos están siendo automatizados y se están abriendo otros, si no educamos a las personas para poder llenar estos espacios abra un profundo hueco entre personas que quieran trabajar y que no van a poder hacerlo por falta de preparación. Cambios como el trabajo remoto e híbrido son realidades que llegaron para quedarse y que con una estrategia correcta puede beneficiar mucho a las empresas y personas, el reto es poder realizar esa transición respetando las horas de trabajo del ser humano y logrando los objetivos de la empresa al mismo tiempo.

BIG^o
CAPITAL

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

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

bigcapital.com.mx



Es posible que las compañías hayan tenido cambios más fuertes en los últimos dos años, que en los 10 anteriores

El consultor estratégico, afirma que el reto para los líderes no es solo la gestión meramente de innovación o de integración tecnológica, sino el correcto soporte de todos los procesos mediante una adecuada gestión del cambio

Manuel Yescas

**Fundador y director general de OneSOUL
Consultoría / LinkedIn Top Voices 2022**



Actualmente, Manuel Yescas está a cargo de OneSOUL, empresa que se encarga de desarrollar una consultoría estratégica para la gestión del cambio, de riesgos y salvaguarda de las personas, así como intervenciones de transformación de la cultura, desarrollo de equipos, excelencia operacional y mejora continua.

Con 20 años de labor en la implementación de metodologías de Excelencia Operacional y de Gestión del Cambio para empresas, principalmente de los sectores Minero, Servicios y Comerciales en México, Yescas ha desarrollado el concepto de Ingeniería Humana como factor de cambio para empresas y organizaciones que desean realmente crecer y adoptar una filosofía y cultura centrada en el potencial humano.

Considera que el ser humano necesita regresar a lo básico, es decir, retomar capacidades que se han perdido en la creencia que la tecnología iba a venir a suplir las relaciones humanas. “Hoy veo que las empresas que realmente han comprendido esto, tienen la posibilidad de alcanzar un futuro deseado mucho más rápido y de una mejor manera”, afirma.

¿Cómo afecta la frenética implementación de la transformación digital en

muchos sectores industriales y empresariales a los líderes de proyectos?

Las innovaciones tecnológicas están transformando radicalmente la forma de gestionar de las compañías en el mundo. Es muy claro que cualquier compañía que quiera permanecer en el mercado y crecer exponencialmente, necesariamente tiene que trabajar en procesos de transformación digital.

Hoy el reto para los líderes de proyectos no es solo la gestión de proyectos meramente de innovación o de integración tecnológica, sino el correcto soporte de todos los procesos mediante una correcta gestión del cambio. La comunicación, la coordinación y la concertación juegan un papel preponderante en la forma en la que se implementan los proyectos y esto es visto desde la parte humana, es decir, no es suficiente la tecnología per se, sino toda la integración con las resistencias y comportamientos humanos naturales. Estamos hablando entonces de cultura, desempeño y desarrollo de equipos, todo va ligado, de ahí el reto actual.

¿De qué manera se podría compaginar la transformación digital con la transformación de la cultura y desarrollo de los equipos?

De entrada, el comportamiento humano puede ser una desviación en los procesos de transformación porque se genera una restricción de orden natural, es decir las personas en las empresas rechazamos los cambios de manera instintiva. Entonces, ahí la clave de instalar un sistema que sea capaz de integrar cultura, tecnología y desempeño de equipos.

Nos ha tocado presenciar importantes proyectos que pudieron haberse realizado en mucho mejor tiempo y costo, de

haberse trabajado, primeramente, desde la base de comportamiento y mentalidad humana.

¿De qué se trata el concepto de Ingeniería Humana? ¿Cómo se acopla a las realidades empresariales?

La Ingeniería Humana la hemos conceptualizado en OneSOUL a través de miles de horas de trabajo con personas por más de 15 años. Hemos llegado a la conclusión de que la base de la gestión empresarial está dada por las decisiones de las personas, dichas decisiones, al final, son las que están generando los resultados (buenos o malos). Posteriormente, el comportamiento es el que lleva de alguna u otra manera hacia las decisiones y el comportamiento, a su vez, está fundamentado en las creencias y aspiraciones, es decir, lo que tú crees y a lo que aspiras es tu motor de impulso de comportamiento. Finalmente, las creencias y aspiraciones están basadas en la mentalidad de las personas.

De ahí partimos para desarrollar el concepto de Ingeniería de las Personas, entonces, si reconstruimos la mentalidad desde la base del comportamiento, grandes cambios vienen, hasta el logro de los resultados en equipos y empresas.

Se habla mucho del potencial humano, de las habilidades blandas y el liderazgo empresarial. ¿Pero, cómo se complementaría todo esto con los avances tecnológicos y el cambio de roles en los nuevos esquemas de las organizaciones?

Hasta hace veinte años el mundo empresarial pensó que la integración de la tecnología iba a ser la panacea de la productividad y el desempeño; pareciera que se olvidó un tanto trabajar con las personas en la misma proporción y, si queda alguna duda al respecto, analicemos los

niveles de inversión que hicieron las grandes y medianas empresas en lo relacionado a integración de tecnología versus el desarrollo personal en las últimas dos décadas.

Hoy pareciera que estamos finalmente regresando a ver la necesidad de realmente considerar al potencial humano como factor de valor económico. Estoy seguro de que las compañías que en adelante no lo vean así, tendrán mucho disfuncionamiento en el futuro, aunque sus inversiones en tecnología sean fuertes.

¿Cómo llevas la responsabilidad y el rol de ser un LinkedIn Top Voice del 2022?

De inicio, para mí es sencillamente hacer lo que amo y disfruto tanto, puesto que LinkedIn ha sido una ventana para transmitir la filosofía de OneSOUL a más personas. Claro que es una responsabilidad, en este mundo virtual nos hace falta aún mejorar mucho la calidad de contenidos que aporten verdaderamente a desarrollar mejores personas y estas se convierten a su vez en óptimos grupos, empresas y mejores ciudadanos, de ahí que es para mí un honor y toda una responsabilidad aportar un grano de arena todos los días a este fin.

En un mundo de cambios avasallantes y novedades tecnológicas, ¿Cómo evitar que el desarrollo humano quede solo en una intención? ¿Cómo mantener a las organizaciones actualizadas al ritmo de los cambios de paradigmas que nos lleva la era digital?

Este es un tema de cultura, sin duda. Si tú le preguntas hoy en día a un empresario si prefiere invertir en tecnología que es un tangible o en desarrollo personal que es un intangible, la respuesta puede ser obvia, pensamos definitivamente en tangibles.

La inversión intangible tiene que calcularse, es decir, definir el resultado esperado de la misma e ir midiendo permanentemente el resultado en la realidad operativa. Solo de esta manera es que más personas se habrán de convencer que lo intangible paga y paga, además, muy bien. Suena ilógico hoy en día asumir que la tecnología debe de ir adelante, hoy la necesidad de integración procesos, personas, tecnología, deben llevar un mismo ritmo y velocidad.

¿Cómo te surge la idea de OneSOUL Consulting? ¿Cuáles son los sectores que más se acercan a ustedes?

OneSOUL nació en mi cabeza hace más de 20 años, y se cristalizó en realidad hace más de 15. Como todo emprendimiento, nació de un deseo de seguir trabajando en el desarrollo de organizaciones, que es una de mis pasiones.

Un buen día dije: “algún día trabajaré para mí en mi propia empresa de consultoría, después de muchos años, aquí estamos, OneSOUL es una realidad”.

Hemos atendido multiplicidad de giros de negocio, retail, servicios, industria maderable, manufactura, y otros. Los últimos años nos hemos enfocado a minería que es el giro que nos ha hecho crecer y desarrollarnos exponencialmente.

¿Es posible una transformación digital alineada a un liderazgo responsable?

Por supuesto que es posible, y esto lo vemos cada día más. El empresario está volteando a ver al liderazgo responsable como una posibilidad de asegurar un futuro más sólido. Cuando te adentras en la cultura de las compañías, te das cuenta de que todas y cada una han nacido y se han desarrollado bajo la premisa del bienestar personal, ¿cuándo una empresa está lista?, no existe un

punto ideal, muchos empresarios se acercan y me preguntan, ¿debemos transformarnos y crecer hasta cuando controlemos lo que tenemos?, esta respuesta no depende de una condición, sino de una decisión.

Cuando el objetivo es claro y la decisión firme, todos los elementos asociados, se van alineando de manera natural.

¿Cuál es la huella que quiere dejar con su labor de consultoría y mentoría dentro de los equipos de trabajo en las organizaciones?

Mi propósito en cualquier entorno en el que me he encontrado ha sido: instalar cambios, pero con un sentido humano siempre. Es decir, me dedico a acompañar, formar y desarrollar personas hasta lograr su transformación individual, cuando logramos esto, estas mismas personas transforman a otras y, a su vez, las mismas desarrollan mejores equipos, y mejores equipos conforman mejores empresas. Si cada día, podemos llegar al menos a una persona a través de nuestros impactos, la misión está cubierta.

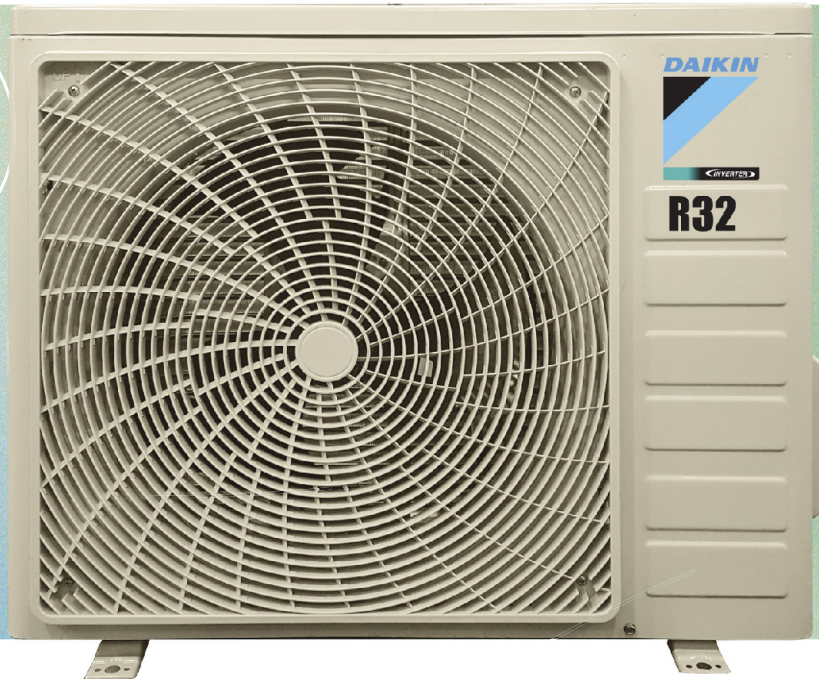
¿Cuáles son sus expectativas con respecto a la transformación digital y sus efectos en el próximo lustro?

Yo sigo viendo un mundo enfocado al consumo, a la tecnología e innovación, sin embargo, la pandemia nos ha dado una lección de vida, es posible que las compañías hayan tenido cambios más fuertes en los últimos dos años que en los 10 anteriores.

Nos hemos dado cuenta de que no importa el nivel tecnológico o de capital de tu empresa, si verdaderamente no hemos forjado una filosofía y cultura, el resultado futuro es incierto.

R32

EL REFRIGERANTE DE NUEVA GENERACIÓN



EL REFRIGERANTE MÁS BALANCEADO

Daikin es la primera compañía del mundo en lanzar bombas de calor y unidades de aire acondicionado con refrigerante R-32. Se trata de un refrigerante muy eficiente que permite utilizar una carga de refrigerante equivalente de CO₂ menor. Además, en comparación con los refrigerantes ampliamente utilizados en la actualidad, como el R-22 y el R-410A, el potencial de calentamiento global (PCG) del R-32 es un tercio menor y se destaca por su bajo impacto ambiental. Es por esto que el R-32 es el refrigerante más balanceado para aires acondicionados y bombas de calor.



Mínimo impacto medioambiental



No destruye la capa de ozono



Refrigerante más fácil de reciclar y reutilizar



Nivel de inflamabilidad bajo

A close-up portrait of Miguel Uribe Maeda, a middle-aged man with a grey beard and glasses, resting his chin on his hand. He is wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. The background is dark.

Transformación Digital:

Liderazgo de dueños, directores
y gerentes debe ser congruente,
consciente y consistente

Que no nos atrape el universo digital y nos haga descuidar todo aquello que sin electricidad nos permitirá continuar. Adaptemos y adoptemos. No descuidemos y no olvidemos quienes somos, de dónde venimos, a dónde vamos y hasta dónde podemos llegar

Miguel Uribe Maeda

**Autor y conferencista corporativo
El Serviólogo**



Miguel Uribe Maeda es un asiduo conferencista para eventos especiales, convenciones, congresos, expos, aniversarios, reuniones ejecutivas y kick off. Fundador de El Serviçiólogo, una marca registrada con la finalidad de fortalecer y empoderar al capital humano de empresas, negocios o franquicias para mejorar la atención y el servicio al cliente y así generar experiencias extraordinarias e inolvidables, que generen resultados y ganar clientes satisfechos.

Recuerda que El Serviçiólogo nace como un concepto que engloba análisis, estudio, ideas, experiencia y propuesta. “En la emocionante carrera profesional, todos quieren y esperan poder distinguirse de todos los competidores, todos en algún momento quieren ser especialistas y expertos en su materia, inspirado en ello, esto me llevó a definir a alguien que se caracteriza por ser un facilitador de recursos y un solucionador de problemas. Todas las empresas, negocios e instituciones, todos aquellos que quieren y necesitan clientes, y desean cautivar, mantener y retenerlos en base a una relación productiva, efectiva, eficiente, útil y conveniente necesitan de un serviçiólogo”.

Con relación a la frenética implementación de la transformación digital en muchos sectores de servicios, donde la atención al cliente es primordial, confiesa que el efecto que más le preocupa es que se pierda el contacto real de la persona que pueden servir, ayudar, sugerir, resolver, aportar ideas y experiencia con el cliente. “No quisiera que el

usuario y consumidor empecemos a perder la sensibilidad para poder entender, la empatía para poder comprender, el corazón para poder percibir más allá de lo evidente”.

Sin embargo, considera que si se puede compaginar la transformación digital con la transformación de la cultura y desarrollo humano en los equipos de trabajo. “Primeramente, les invito a no tener miedo, tener resistencias o cualquier clase de celo profesional que impida que la transformación digital en nuestras vidas afecte lo que esperan las personas de nosotros. Mantenernos interconectados, atentos y dispuestos en cualquier momento y lugar nos va a permitir hacer que muchas veces lo imposible sea posible. A través de la comunicación y el servicio con diferentes personas, mercados y empresas, surgirá la oportunidad de aprender de tantas cosas que nuestro nivel de conocimientos y cultura global se expandirá y facilitará que nuestra visión y cultura pueda integrar más y mejores conceptos, nos permite ampliar y mejorar nuestro entendimiento sobre quienes somos, de que somos capaces, que podemos lograr juntos, en equipo con la pauta de saber así, hasta dónde podemos llegar juntos. Pero que no nos te atrape el universo digital y nos haga descuidar todo aquello que sin electricidad nos permitirá continuar. Adaptemos y adoptemos. No descuidemos y no olvidemos quienes somos, de dónde venimos, a dónde vamos y hasta dónde podemos llegar”, advierte el consultor.

Su pasión por el mundo corporativo, las realidades empresariales, las marcas, el marketing, y, principalmente, por el servicio al cliente, dice que le viene desde que tuvo la oportunidad de trabajar, servir y estudiar a mediados de los años 90’s en EGADE Business School - Posgrados en Guadalajara, México. “En aquel tiempo fui asistente de extensión académica en el TEC de Monterrey, campus Guadalajara y eso me enseñó, me inspiró y motivó a ver el mundo ejecutivo y corporativo de una manera en la podía aprender y emprender. Me permitió apreciar la gran oportunidad de reconocer el gran potencial que tenemos en todo México, el talento, la creatividad, la familia, la gran calidad y calidez humana, sus recursos, la cercanía

inmediata con E.U., la apertura comercial y el gran desarrollo empresarial de aquel momento fue especial, extraordinario”.

Explica que la realidad de las empresas solamente se puede conocer y vivir cuando se asume el rol de emprendedor y empresario. “Cuando diseñas el logotipo, haces un plan de negocios, registras tu marca, buscas proveedores, conseguir los permisos, te das de alta en hacienda, contratas personales y pagas toda clase de impuestos y cuotas. Es cuando inviertes todo, cuando sueñas y crees que las ideas pueden dejar de ser imposibles, pueden generar y servir”, enfatiza.

La pasión por los negocios y las empresas las heredó de su padre. “Emocionarme y apasionarme por los negocios y las empresas tiene un principio, mi padre Leonardo Miguel Uribe, él me motivó a estudiar y a trabajar para poder lograr, para poder ganar, tener y servir. También tuve la grandiosa oportunidad de conocer a Arnoldo Redondo, a Edgar Ramírez y a Oscar Marcos. Ellos me brindaron la oportunidad de ampliar mi visión, de conectarme con el concepto de marketing, creatividad y publicidad, de desarrollar mis habilidades de negociación y de entender que el verdadero negocio está en el servicio.

En cuanto a los cambios avasallantes y novedades tecnológicas que afectan las realidades empresariales, afirma que el reto es y será recordar y no olvidar que los clientes son personas y que todo el equipo, también son humanos. “De seguro que será muy costoso poder mantenerse actualizado, pero no será imposible. Tu negocio tendrá que considerar en su presupuesto poder hacerlo, mantenerlo y desarrollarlo. La clave estará en la visión de futuro”.

Actualmente el concepto Serviçiólogo es una marca registrada y tiene el potencial de ser un título, una licencia o una franquicia. “Todas las industrias, sectores y mercados tienen clientes. Sin clientes no hay negocios, no hay nada. El Serviçiólogo es el responsable de generar la relación, la experiencia, de mantener y desarrollar al máximo la relación brindando atención y servicio de excelencia, con calidad, calidez y experiencia”, concluye.

Hemos llevado la cultura mexicana del cacao y el chocolate a otros países

La arquitecta mexicana se ha convertido en una apasionada promotora del intercambio de ideas que promueven las manifestaciones culturales relacionadas con el cacao y su milenaria historia

Ana Rita García-Lascurain
Fundadora y directora de MUCHO



Ana Rita García-Lascurain es el artífice de hacer realidad el único museo del chocolate en México y, seguramente, uno de los pocos en toda Latinoamérica. Su fundadora y directora, recuerda que el Museo del Chocolate (MUCHO) surgió como una intención personal por revalorar el patrimonio mexicano e inspirar a nuevas manifestaciones culturales con relación al cacao y el chocolate. “Tener un patrimonio entendido como un conjunto de conocimientos relacionados con el entorno natural, el construido y el intangible”, explica Ana Rita de lo que fue su intencionalidad con su idea original, ya hoy en día materializada.

Con una vocación por la enseñanza, le ha transmitido a su equipo de trabajo todo el conocimiento para que el servicio en el museo sea un pilar fundamental del proyecto. “La labor de guiar, es un intercambio de conocimiento entre el equipo del MUCHO y el público. En todas las ocasiones, los visitantes aportan de su propio conocimiento al discurso que se va transformando todos los días en las salas del museo. El equipo de guías está conformado por practicantes de servicio social de diversas universidades y carreras de México. En conjunto, ellos van modelando el guión original del museo, y adaptándolo a su propio conocimiento y a las aportaciones de nuestro público”, relata con entusiasmo la promotora cultural.

Ana Rita se ha convertido también en una excelente relacionista, por lo que a través de

los años ha forjado relaciones con distintas entidades culturales y sociales, que les han brindado una dimensión muy importante para el desarrollo del MUCHO. “Hemos llevado la cultura mexicana del cacao y el chocolate a otros países, a través de las representaciones de México, embajadas y consulados en distintos lugares. También hemos forjado alianzas y vínculos de conocimiento con organizaciones internacionales dedicadas al cacao y a la conservación del medio ambiente”, acota.

Bajo su batuta MUCHO es miembro del Consejo Internacional de Museos (ICOM), lo cual acerca a la fundación al quehacer museístico nacional y global, y les mantiene vigentes en las problemáticas contemporáneas de proyectos similares en todo el mundo.

Cuenta la directora que, durante todo el 2022 han estado celebrando su 10º aniversario y esa dinámica continuará en lo que resta de este año.

“Todo visitante que llegue al MUCHO, conoce el cacao de primera mano desde el primer momento en que entra al recinto. Hay una jícara con cacao fino de aroma de distintos productores mexicanos, que se le comparte a los visitantes para que prueben y aprecien el sabor de este alimento de los dioses. Simultáneamente, en el patio del museo los Metates calientes emanan un delicioso olor a chocolate, hecho por las manos de los visitantes con estos mismos cacaos mexicanos. Es una experiencia metafísica, ya que hincarse y tomar entre sus manos el Metlapil para hacer chocolate en el metate es un acto que lleva sucediendo en lo que hoy llamamos México desde hace más de 30 siglos. Los aromas del cacao mezclados con algunas especies inundan en el patio del museo y nos recuerdan porqué amamos tanto ese delicioso alimento”, explica con entusiasmo.

Por otra parte, comenta que recientemente han ganado el premio de oro del Academy of Chocolate del Reino Unido, por el chocolate Tuxtla chico centenario agua miel. Este chocolate es

el resultado también de una colaboración con Eder Herrera, líder del grupo de productores de cacao sostenible Rayen, quien fermentó con pericia el cacao. “Este chocolate único, muestra un momento histórico muy particular en el desarrollo de la cultura mexicana del cacao y chocolate”.

También informa Ana Rita que, para celebrar el día nacional del cacao y chocolate, estarán inaugurando en septiembre la exposición “cacao postal” en el museo de la filatelia de Oaxaca. Esta exposición presentará la colección de timbres y postales de la fundación MUCHO, la cual narra la historia moderna del cacao y chocolate en una diversidad de países. “Es una colección que nos permite observar el desarrollo del cacao y el chocolate a lo largo del siglo XX y XXI, de manera global. Además de los timbres del MUCHO, se presentarán los de la colección del Murphy, así como los de la colección de Correos de México. Las tres instituciones estaremos colaborando en actividades paralelas, para acompañar esta iniciativa. La exposición viajará después del MUFJ de Oaxaca a la ciudad de México, para presentarse en el museo del chocolate en enero del 2023, y en el palacio postal de Correos de México en mayo de 2023.



Mercado fintech es retador

El experto en desarrollar estrategias comerciales para medios de pago, afirma que en el sector fintech se desea alcanzar innovación en menor tiempo y, por consecuencia, un time to market acelerado

Sergio Yhigal Villarruel Macías
Country Manager en México de Fiserv



Sergio Villarruel tiene más de 17 años de experiencia nacional e internacional (América Latina y Estados Unidos) en áreas como finanzas, estrategia, presupuesto, inteligencia empresarial, contabilidad financiera y auditoría, hoy en día se desempeña como Country Manager en Fiserv México.

Actualmente, desarrolla las estrategias comerciales para medios de pago, ventas de tecnología de software, servicios gubernamentales y de seguros. De igual manera, realiza alianzas estratégicas con diversas organizaciones para el posicionamiento de las soluciones bancarias y de adquisición de Fiserv.

Las empresas Fintech han sido de las pioneras en asumir la transformación digital. En este sentido, Villarruel, relata que el hecho de que se están diversificando diferentes industrias y giros de negocios, es una oportunidad para que cada vez más personas adquieran productos financieros de forma más rápida, personalizada y segura. Debido a que el mercado de las fintechs es sumamente retador, causa un efecto en el que se desea alcanzar la innovación en un menor tiempo y, por consecuencia, un time to market acelerado.

“Del lado de Fiserv, lo tomamos como una coyuntura importante para modernizar al sector. Nos enfocamos en ayudar a los clientes de

instituciones financieras a participar en esta revolución financiera y digital. Esto, a través de soluciones que les permitan brindar un valor agregado”, explica el ejecutivo.

Con relación a la manera que se podría compaginar la transformación digital con la transformación de la cultura y el desarrollo de los equipos, dice que en esta nueva etapa que viven muchas empresas y organizaciones han reconocido el poder transformador que tienen las soluciones digitales para acelerar sus proyectos de negocio al reducir costos y mejor efectividad. “En ese mismo sentido, las dinámicas entre el talento humano y su flujo de trabajo han cambiado. Las herramientas digitales ayudan a mantener una comunicación constante pese a la distancia, reducir pesadas cargas laborales, automatizar procesos y minimizar errores. Lo que está pasando en este momento sólo es una porción de lo que se avecina en el futuro. Las compañías deben abrazar a la tecnología como elemento transformador. Nosotros como empresa tecnológica, que ayuda a mover el dinero a través de soluciones para bancos, instituciones financieras y comercio, la digitalización es parte de nuestro ADN. Esto incluye adaptar nuestra cultura laboral al implementar herramientas digitales que nos permiten seguir brindando a nuestros clientes soluciones innovadoras y de excelencia”, añade.

El licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Intercontinental y que cuenta con una Maestría en Ingeniería Financiera y Económica por la Universidad La Salle, percibe que en este mundo de transformaciones, el cambio ocurrió y ya no es opcional.

Por lo que para ayudar en la reinención, nuevas reglas de juego y modelos de consumo, en Fiserv el primer paso es presentarle a las empresas los beneficios de adoptar una estrategia digital de negocios. “Muchas organizaciones encuentran una gran atracción por términos como la omnicanalidad en el que pueden mezclar opciones de venta o métodos de cobro de forma tanto offline como online, permitiéndoles mejorar su servicio de atención al cliente y aumentar ganancias”.

“Lo que aportamos más allá de la tecnología innovadora que

contribuya a mover el dinero, es un método holístico en el que todo forma parte de un único sistema. Diseñamos soluciones innovadoras que funcionan en conjunto o separadas y se logran integrar de manera sencilla con bancos, organizaciones y negocios con brazo financiero para gestionar su operación desde un solo punto. Además, ayudamos a que las entidades bancarias y financieras se modernicen en donde más les hace falta, en un proceso que incluye a detalle cuáles son las ventajas en el corto plazo”.

Especializado en el desarrollo de nuevos productos, negociaciones y marketing. Además de contar con experiencia en la gestión de equipos multidisciplinarios globales para crear negocios locales y transnacionales, Sergio Villarruel tiene muy buenas expectativas con respecto a la transformación digital y sus efectos en el próximo lustro.

“El futuro que hace unos 20 años se imaginaban los expertos está más cerca que nunca. Hoy por hoy mucha de nuestra cotidianeidad se maneja exclusivamente a través de medios digitales y así seguirá por mucho tiempo. Prueba de ello el diseño de las llamadas “ciudades inteligentes”, en donde se proyecta que las acciones más normales se controlarán a través de dispositivos y tecnologías digitales”.

Asegura que la sociedad ya está transitando cada vez más hacia lo digital. “Por eso es tan importante que el sector financiero y bancario esté preparado para saber responder y adaptar el elemento tecnológico en su día a día. Empezando por reconocer que lo digital y tendencias como la realidad virtual o la inteligencia artificial son el presente, pero también el futuro. “Por nuestra parte, estaremos ahí como consultores y especialistas en tecnología financiera para orientar a las organizaciones que busquen un cambio significativo en su estrategia digital. Sin duda, vemos un futuro brillante e inteligente y nos lleva a seguir innovando en nuestras soluciones. En Fiserv vemos el poder transformador de la tecnología y su impacto en las personas, y en la forma en que se mueven el dinero y la información. Nos entusiasma la oportunidad de seguir liderando este camino”, concluye Villarruel.



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.

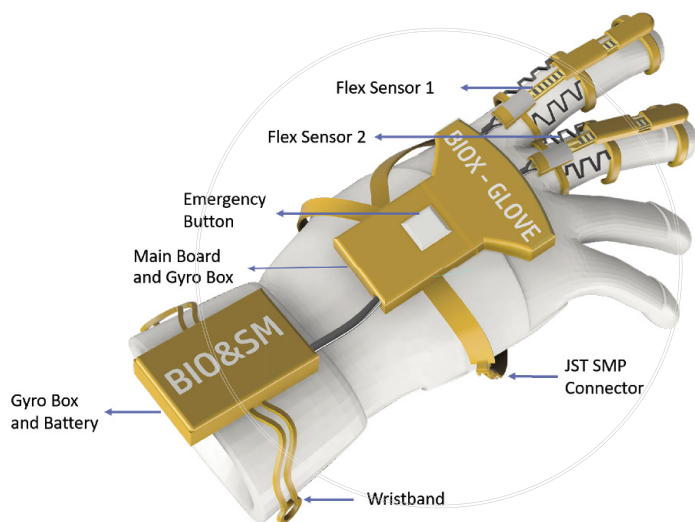
C-SET es una multiplataforma multicolaborativa, donde estudiantes, investigadores y profesores pertenecientes a instituciones multicontinentales trabajan en emprendimientos multidisciplinarios y transdisciplinarios, con el apoyo de mentores de negocios, científicos y tecnólogos. Además, promueve el soporte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





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

GROW

¿Tu equipo
trabaja a distancia?

ERES PARTE DEL FUTURO

Fortalece tu cultura organizacional aprendiendo
juntos las habilidades esenciales.

APRENDIZAJE DE HABILIDADES ESENCIALES
+ CONEXIÓN HUMANA

¡Prueba Grow y libera tu potencial!
www.culturagrow.work

VIVE CAP CANA



20 AÑOS

CAP CANA
REPUBLICA DOMINICANA
Club de Golf

1+809-CAP CANA | WWW.CAPCANA.COM |

