

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

ATLANTA



@RevistaFactordeExito
www.revistafactordexito.com



Revista Factor de Exito



@RevistaFactordeExito



Ivan Shammas

Presidente y gerente general
de Univision Atlanta y Univision Raleigh

Transformación digital, el gran desafío para el liderazgo responsable

La brecha en las capacidades digitales es un elemento crítico para la comunidad latina

José Valer

Training Programs Manager Latin American Association

Trato de que mi liderazgo integre lecciones aprendidas de mis mentores

Amado Alejandro Báez

Vice-Chairman y profesor de Emergencias Epidemiología e Inteligencia del Medical College of Georgia

Con la transformación digital las estrategias de marca son más ágiles y más permeables a cambios

Hernán Feuermann

Marketing and Brand Executive

GENTE DE ÉXITO

Soy el resultado del éxito Latino en Georgia

Christopher Perlera Umaña

Critical Point



WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE



2022

GRACIAS POR ACOMPAÑARNOS



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**

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 Petroil



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]



El cambio en la vida y en nuestras industrias siempre será parte del viaje

pág. **12** | **Ivan Shammas**
Presidente y gerente general de Univision Atlanta y Univision Raleigh



Enseñar y soltar las riendas es lo mejor que se puede hacer como líder

pág. **20** | **Claudia Colichon**
Directora de enlace civil y empresarial de Ohio River South



Con la transformación digital las estrategias de marca son más ágiles y más permeables a cambios

pág. **24** | **William Aguilar**
Consultor ejecutivo e internacional especializado en el desarrollo de proyectos y servicios financieros



Trato de que mi liderazgo integre lecciones aprendidas de mis mentores

pág. **32** | **Amado Alejandro Báez**
Vice-Chairman y profesor de Emergencias Epidemiología e Inteligencia del Medical College de Georgia

gente de éxito



Soy el resultado del éxito Latino en Georgia

pág. **44** | **Christopher Perlera Umaña**

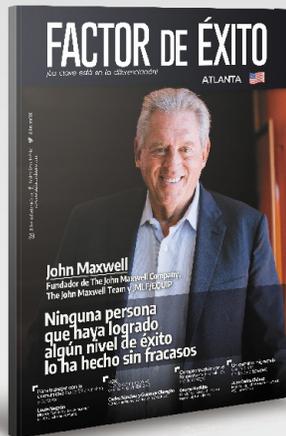
empresariales vip



Conversatorio Recursos energéticos y mineros

directorio

► Revista Factor de Éxito Atlanta Número 6, Año 2



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

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo y Ventas:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones Internacionales:
Jacqueline León

Directora de Comunicaciones:
Siddhartha Mata

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Periodista:
Isamar Febres

Asesores comerciales:
Rosely Matos

Contenidos web:
Roberto Rolo

Content Manager:
Gabriela Alfonso

Diseño y Diagramación:
Luis Gota

Webmaster:
Juan Rebollo

Portada:
Ivan Shammas
Presidente y gerente general de Univision Atlanta y Univision Raleigh

Articlistas:
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

Crecimiento empresarial

McDonald's informó los resultados del segundo trimestre de 2022, con un crecimiento de ventas comparable global de casi el 10 %, no obstante, el entorno operativo en el panorama competitivo sigue siendo “desafiante”, dijo Chris Kempczinski, CEO de la compañía.

“El Sistema McDonald's continúa demostrando fortaleza y resiliencia... Nuestro desempeño en el segundo trimestre refleja una ejecución sobresaliente en comparación con nuestra estrategia Accelerating the Arches”, apuntó Kempczinski.

Las ventas comparables globales aumentaron un 9.7 %, lo que refleja ventas comparables positivas en todos los segmentos:

- Estados Unidos aumentó 3.7 %
- El segmento de Mercados Operados Internacionales aumentó 13 %
- Y el segmento de Mercados Licenciados de Desarrollo Internacional aumentó 16 %



No obstante, para el director ejecutivo de McDonald's, el entorno sigue siendo “desafiante”: “Ahora nos enfrentamos a una guerra en Europa, la inflación está alcanzando los niveles más altos en 40 años, las tasas de interés están subiendo a niveles que no hemos visto en años. Todo esto está contribuyendo a debilitar la confianza de los consumidores en todo el mundo y la posibilidad de una recesión mundial”.

Nuevas rutas

Delta Air Lines anunció el lanzamiento de vuelos Atlanta – Tel Aviv a partir de mayo de 2023. La aerolínea estadounidense operará tres vuelos semanales en cada dirección los miércoles, viernes y domingos con aviones Airbus A350-900.

Delta ya opera tres vuelos semanales en la ruta Nueva York – Tel Aviv y en mayo de 2022 lanzó tres vuelos semanales en la ruta Boston – Tel Aviv. Delta operaba la ruta Atlanta – Tel Aviv desde 2006, pero suspendió los vuelos en 2011.

La asesora de turismo del Ministerio de Turismo de Israel y directora de la Región Sur de EE.UU., Yael Golan, dijo: “Es realmente sorprendente que Delta restablezca su ruta Atlanta-Tel Aviv que originalmente se lanzó hace más de 16 años. Con la llegada de casi 250.000 visitantes a Israel sólo en el mes de junio, ya casi hemos recuperado las cifras de 2019. Con este vuelo que proporciona una experiencia de viaje más fácil para muchos estadounidenses, esperamos que los viajes desde el sur de Estados Unidos crezcan hasta alcanzar nuevos récords. Apreciamos el creciente compromiso de Delta con Israel como destino y esperamos fortalecer esta asociación”.



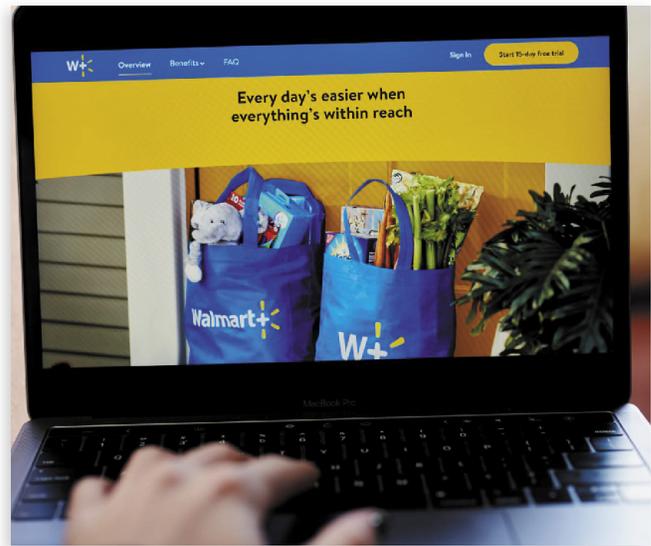
Lanzamiento

Ahora los compradores podrán comprar artículos reacondicionados con confianza en Walmart Restored, el nuevo programa creado por el minorista para ayudar a los clientes a descubrir productos reacondicionados a precios bajos todos los días.

“En un año en el que los clientes buscan formas de ahorrar dinero, los productos reacondicionados como nuevos se han convertido en una forma cada vez más popular de reducir costos sin sacrificar la calidad”, dijo Walmart en un comunicado. “Estamos trabajando con vendedores y proveedores en Walmart.com que están comprometidos a restaurar productos de alta calidad y prepararlos para un nuevo hogar a una fracción de los costos típicos”.

Los artículos serán fáciles de encontrar y comprar con la designación del programa Walmart Restored, ya sea que visiten la sección Walmart Restored de Walmart.com o vean artículos emergentes en la búsqueda.

El comunicado del minorista señala que los clientes podrán comprar artículos restaurados de calidad con marcas como Apple, Samsung, KitchenAid y más.



“Cuando los clientes compran un producto en el programa Walmart Restored, ya sea una computadora portátil o un electrodoméstico de cocina, pueden estar seguros de que están comprando a vendedores y proveedores de rendimiento administrado de primera categoría”, dijo Walmart.

Soccer

Newcastle United incorpora talento directivo desde la otra punta del mundo. El conjunto británico ha fichado al presidente del Atlanta United de la Major League Soccer (MLS), Darren Eales, como director general, según ha divulgado Sportico.

Eales, que ha sido presidente y director ejecutivo del Atlanta United desde la fundación del equipo en 2014, permanecerá en el club de la MLS hasta incorporarse oficialmente al Newcastle a finales de agosto.

El fichaje se produce en un momento en el que Newcastle United quiere consolidarse como uno de los principales clubes de fútbol del mundo, tras haber sido adquirido recientemente por el fondo soberano de Arabia Saudí (PIF).

“Estoy agradecido por la oportunidad y espero poder incorporarme pronto con el resto del equipo para ayudar a este histórico club a desarrollar su potencial”, ha señalado . El ejecutivo fue nombrado ejecutivo del año de la MLS en dos ocasiones.



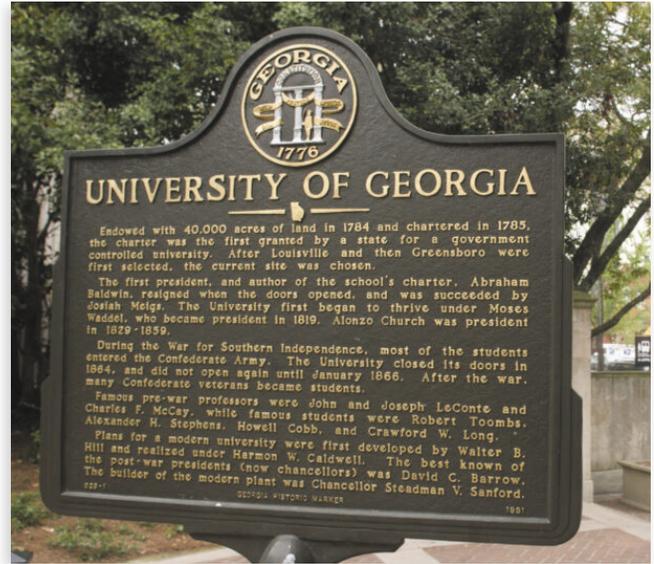
Estudios

La Universidad de Georgia inauguró la Escuela de Informática, demostrando el crecimiento y la necesidad de ampliar la oferta educativa que ofrecía su antiguo departamento de informática, creado en 1984.

Con la apertura de esta Escuela, se pretende impulsar el área de computación de la universidad, su influencia y participación en otras áreas académicas como la ingeniería, de acuerdo con lo expresado por voceros de la institución. La nueva escuela estará bajo la tutela de la Facultad de Artes y Ciencias de Franklin y la Facultad de Ingeniería.

“La Universidad de Georgia se compromete a crear sinergias en todo nuestro campus que fomenten nuevas oportunidades para los estudiantes y profesores, y sirvan mejor a las comunidades en Georgia y todo el mundo. Estoy entusiasmado con el impacto positivo que tendrá la Escuela de Informática en la investigación y la educación en las disciplinas STEM de la UGA”, anotó el presidente, Jere W. Morehead, en el anuncio de su apertura.

La Escuela de Informática tendrá bajo su responsabilidad los títulos de licenciatura, maestría



y doctorado en informática, al tiempo que también liderará un programa de maestría en ciberseguridad y privacidad.

Adquisición

El especialista estadounidense de los servicios de pago en línea Global Payments anunció un acuerdo final para la compra de su competidor EVO por 4,000 millones de dólares. Con esta adquisición, la compañía prevé desarrollarse en nuevos mercados como Chile, Polonia, Alemania y Grecia.

El grupo con sede en Atlanta, Georgia, cuenta también con aumentar su actividad en los países donde ya está presente, como Estados Unidos, Canadá, México, España, Irlanda y Reino Unido.

La transacción deberá ser aprobada por los accionistas de EVO y las autoridades de regulación de la competencia. Debería concretarse para el primer trimestre de 2023.

Antes de la compra de EVO, Global Payments se fusionó con Total System Services (TSYS) en 2019, en una operación por 21,500 millones de dólares

En 2016, la empresa compró Heartland Payment Systems por 4,300 millones de dólares.



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.



El cambio en la vida y en nuestras industrias siempre será parte del viaje

En el sector de los medios de comunicación ya no somos solo una emisora de televisión, sino que nos hemos convertido en emisoras multimedia que ofrecen capacidades publicitarias en muchas plataformas, desde las redes sociales hasta los servicios web

Ivan Shammas

Presidente y gerente general de Univision Atlanta y Univision Raleigh



Orgullosos de sus raíces venezolanas, Ivan Shammas, presidente y gerente general de Univision Atlanta y Univision Raleigh, afirma que ser latino, hablar español y venir de una cultura de pasión le ha influido profundamente en lo personal y en lo profesional. “Crecí en un hogar muy cariñoso con una madre increíble de Caracas, que se aseguró de que entendiera de dónde veníamos y que habláramos español”.

Se mudó a los Estados Unidos a la edad de 10 años y comenta que, en esa época, poco se sabía que el hispano iba a ser una parte tan importante del país. “Los Estados Unidos vieron un aumento de nuestra población hispana que comenzó a finales de los años 90. Hubo un gran auge de la población latina y todo lo

que nos rodea, desde la cultura pop hasta el fútbol e incluso las comunidades locales, ahora se ven un poco diferentes”, expresa.

Cuando se estaba graduando en la universidad, en 1999, oyó hablar de una oportunidad de trabajo en Atlanta, Georgia, vendiendo anuncios en la televisión a las empresas locales. Este trabajo requería de alguien que no sólo tuviera un título universitario, sino que hablara español. La compañía de cable local quería a un hispanohablante porque el puesto de ventas vendería tiempo de emisión en televisión en Univision, Telemundo, Galavisión y algunas otras cadenas de televisión hispanas.

Así relata Shammas sus inicios: “Había un caballero, un ángel y

mentor en mi vida, al que envié mi currículum para esta emocionante entrevista. Su nombre era Jorge Gómez y no sabía que estaba a punto de darme una oportunidad de trabajo que me impulsaría a una increíble carrera en los medios de comunicación que he disfrutado durante más de 20 años”.

Los comienzos de su carrera fueron como ejecutivo de cuentas de Cable Advertising de Metro Atlanta (ahora Effectv de Comcast), donde vendía tiempo de transmisión por cable en Univision, Telemundo y Galavisión. Estuvo, en una primera experiencia, 11 años en Univision como parte del equipo original que lanzó la estación WUVG Univision Atlanta en 2002, y ocupó varios cargos durante su mandato, incluido el de



gerente de cuentas nacionales de Univision Atlanta y Univision Raleigh. También fue gerente general de WKTB Telemundo Atlanta, cargo que ocupó desde 2013.

“Mi pasión por nuestra cultura y el hecho de ser bilingüe me permitieron no sólo conseguir el trabajo, sino también tener éxito en ese puesto. Un par de años más tarde, Univision decidió abrir una estación de televisión completa en Atlanta y Jorge fue la primera persona que me contrató para ayudar a construir el equipo de ventas adecuado. Él me trajo a bordo de nuevo, ahora ambos trabajando directamente para Univision y trabajando con los anunciantes que querían llegar a la creciente comunidad hispana a través del poder de la televisión. Una vez más, el español no sólo me ayudó en mi trabajo con las empresas de propiedad latina, sino también como representante en nuestra comunidad a través de diversas organizaciones” señala.

Licenciado en Arte, enfocado en Relaciones Públicas de la Universidad Estatal de Georgia, Shammás siempre ha estado muy cerca de la comunidad latina. “No se trata de lo que uno tiene o de lo que figura en el currículum, sino de cómo nosotros, como individuos, podemos influir en la vida de los demás y en las comunidades en las que vivimos. Todos podemos ir a nuestros trabajos todos los días y vivir nuestras rutinas diarias, o podemos hacer un punto para encontrar una manera de devolver”.

El liderazgo de servicio es la filosofía por la que le gusta vivir, resaltando el significado de tener un impacto sirviendo a los demás. “No se trata de poder o dinero, sino de amor y bienestar en todo lo que hacemos mientras servimos con un corazón amoroso. Cuando pensamos en algunos de los mejores líderes que han pisado esta tierra, nos damos cuenta de que eran líderes servidores y se preocupaban por el bienestar de su gente. Desde la Madre Teresa hasta



VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

APUNTA Y ACCEDA
A TODAS NUESTRAS
EDICIONES



Martin Luther King Jr., pasando por Mahatma Ghandi e incluso los más grandes líderes de los países de los que procedemos, todos ellos fueron servidores desinteresados que se preocuparon por la mejora y la vida de las personas a las que representaban. No sólo es nuestro deber como miembros de nuestra comunidad y como seres humanos, sino que nos da una gran alegría poder hacer algo bueno a través del poder del servicio. Encontrar una causa u organización que se alinee con tu pasión puede ser satisfactorio e impactante a muchos niveles”.

Sobradas razones nos motivaron a entrevistarlo y conocer más sobre su trayectoria, su visión del liderazgo responsable y la transformación digital en los medios de comunicación.

Siempre está muy activo en temas y acciones que impactan a la comunidad latina en Atlanta, ¿Qué lo motiva a participar y liderar estas actividades?

Como latino y líder en mi comunidad, me tomo muy en serio la responsabilidad de devolver y ayudar a levantar a los demás. Como muchos otros, venimos de comunidades o familias que no siempre tienen la orientación o el estímulo para seguir una educación superior. Es importante mostrar a nuestra comunidad latina que hay un camino hacia una vida mejor y que cada uno de nosotros puede lograr sus sueños. A veces todo lo que necesitamos en la vida es un poco de orientación, un mentor, escuchar el discurso correcto, que nos den una oportunidad.

Como líder de servicio para mi comunidad, me encanta poder compartir una historia positiva o dar algún consejo cuando es posible para animar y levantar a los demás. No sólo es nuestra responsabilidad, sino que nos da mucha alegría saber que estamos marcando una diferencia en las vidas de las personas que, en última instancia, permite que nuestras comunidades prosperen y crezcan.





nuestros clientes, lo que significa ofrecer más oportunidades para maximizar su presencia, lo que se hace a través de la publicidad digital, la mensajería creativa y la participación de la comunidad. Me entusiasma que nuestro equipo esté presentando un elemento digital de marketing a cada cliente y prospecto que quiera trabajar con nosotros para llegar a nuestra creciente población hispana. En estos últimos meses hemos introducido nuevas plataformas creativas para la publicidad que incluyen un componente de marketing digital. Nuestra prioridad es ofrecer las opciones publicitarias más relevantes que sean competitivas en el mercado actual y que ofrezcan los resultados adecuados para nuestros clientes.

Ha tenido experiencia en importantes cadenas de televisión, ¿cuál ha sido el gran aprendizaje que le ha dejado el medio?

Aunque llevo más de dos décadas en el negocio de los

medios de comunicación, una cosa que he visto, y con la que siempre se puede contar, es el cambio. El cambio en la vida y en nuestras industrias siempre será parte del viaje. Depende de nosotros, como líderes, adaptarnos y comprender esos cambios. En el sector de los medios de comunicación ya no somos solo una emisora de televisión, sino que nos hemos convertido en emisoras multimedia que ofrecen capacidades publicitarias en muchas plataformas, desde las redes sociales hasta los servicios web. Incluso el covid nos ha afectado a todos al cambiar el paisaje de nuestros entornos de trabajo. A todos nos ha afectado y hemos tenido que adaptarnos a una nueva forma de trabajar. La única forma de seguir creciendo es evolucionar y pivotar de forma que abracemos el cambio permitiendo que nuestras empresas y organizaciones crezcan. Nuestro trabajo consiste en convencer a los que trabajan para nosotros para que acepten los cambios que se nos presentan, ya sea una nueva dirección, nuevos puestos de

trabajo, una nueva ciudad, nuevas tecnologías e incluso la era digital. El cambio siempre formará parte de nuestro crecimiento profesional en nuestras carreras y en nuestras vidas personales.

En nuestro viaje es importante ser fieles a lo que somos. Una de las cualidades más importantes que podemos controlar es nuestra reputación y nuestra palabra. Todos debemos tener integridad en todo lo que hacemos y eso nos llevará lejos. Mientras he crecido en varios puestos y con varias empresas en la industria de los medios de comunicación, ha sido una prioridad tomar siempre el camino más alto y hacer siempre lo correcto. Sea cual sea el sector en el que uno se encuentre, está claro que el mundo es pequeño y siempre nos encontraremos con aquellos que conocemos o con los que hemos trabajado alguna vez. Mantén esas relaciones, no quemes nunca ningún puente y recuerda tirar de los demás por el camino. Eso hará que tu viaje sea mucho más enriquecedor e impactante.



Los 16 años

tickets en

Eventbrite

de arturo
PAELLAS

ATLANTA
23 SEPT 2022

Salón Altura Social, 7pm
433 Canton hwy suite 306,
Cumming GA 30040

Artista invitado
Miguel Moly



featured



Y OLÉ...



Enseñar y soltar las riendas es lo mejor que se puede hacer como líder

Como estratega, Colichon asegura que mantenerse al día de las estrategias digitales y las nuevas tendencias va a ser clave para ser buenos líderes en estas épocas

Claudia Colichon

Directora de enlace civil y empresarial de Ohio River South

Claudia es directora de asociaciones estratégicas de Colichon & Associates, LLC en Atlanta, Georgia. Es una estratega galardonada de alcance latino y actual comisionada designada de la Autoridad de Vivienda del condado de Fulton. Sus clientes abarcan una serie de entusiastas de la política, funcionarios electos, cámaras de comercio, dueños de negocios, municipios locales y más.

También copreside la iniciativa One Region, una rama de la organización nacional sin fines de lucro Welcoming America que busca crear una región de Atlanta inclusiva para inmigrantes, refugiados y negocios de inmigrantes.

Tiene una licenciatura en Ciencias Políticas de la Universidad Estatal de Georgia y una maestría en Relaciones Internacionales de la IE School of Global and Public Affairs en Madrid, España.

Claudia administró una asociación público-privada destinada a distribuir de manera eficiente los fondos de la Ley CARES a las empresas locales en la ciudad de Brookhaven. Mientras trabajaba con la Ciudad, desarrolló y encabezó planes que otorgaron a Brookhaven el premio Campeón Corporativo de la Asociación Latinoamericana y los premios Business Mind de la Cámara de Comercio Hispana de Georgia. También dirigió los esfuerzos de alcance latino durante las elecciones de segunda vuelta del Senado de 2021 para un prestigioso PAC.

Además, es directora de Negocios y Compromiso Cívico en Ohio River South, una organización que instruye y presiona a los funcionarios electos durante y después de la sesión legislativa de Georgia, para influir en la política del gobierno en nombre de los clientes de la empresa.

También se encargan de cultivar las relaciones mediante la realización de reuniones iniciales y visitas de seguimiento estratégicas, visitas sin cita previa o llamadas telefónicas / video llamadas. Demuestran la capacidad de trabajar con varias partes interesadas diferentes y unir a las personas para lograr un objetivo compartido.

Y finalmente, realizan actividades de consultoría que pueden incluir consultoría de gestión, servicios creativos, emprendimiento, diseño, gestión de proyectos u operaciones comerciales.

¿Cómo podría describir su trayectoria y los pasos que la han llevado a convertirse en la persona que es ahora?

Definitivamente, ha sido un camino que requirió un tipo de perseverancia que, en su momento, yo no sabía que poseía. Del mismo modo, durante ese camino, siempre tuve claro cuál era mi pasión y, gracias a Dios, tuve personas que me apoyaron, ya sea dándome aliento o guiándome.

Otra cosa, algo que me caracteriza y ha sido importante,

es que mi curiosidad me lleva hacer preguntas o encontrar oportunidades que han sumado a mi trayectoria.

¿Cuál es la razón de ser de Colichon & Associates, LLC?

Colichon & Associates, LLC nace después de haber adquirido mi maestría en España (IE School of Global and Public Affairs). Ya con el conocimiento adquirido durante mis años en la universidad y con mis trabajos en distintas municipalidades, me sentí lista de llevar mis conocimientos al siguiente nivel.

Sin embargo, al año, y a pesar del éxito de mi compañía, ahora me he dedicado a tiempo completo con Ohio River South como directora de enlace civil y empresarial. Colichon & Associates, LLC sigue activa más ha pasado al segundo plano por el momento.

¿Cuál es el reto más grande que ha tenido que superar a nivel profesional?

Saber cuándo elegirme a mí como persona. Hace tres años gozaba de un trabajo que muchos creían que era un sueño. Lo cual lo fue, mas no era mi pasión. En ese tiempo tuve que elegir qué era lo que quería para mí y tomé la decisión de dejar un equipo y jefe maravilloso para completar mi maestría en relaciones internacionales. It was all worth it.

¿Qué características tiene una buena estrategia de marca en la era digital?

Definitivamente, mantenerse presente en las plataformas digitales. Ya sea compartiendo tips de la industria, fotos de eventos que atendieron, y, lo más importante, nunca dejar de aprender cuáles son los 'trends' del momento.

Desde su experiencia ¿cómo deben integrarse el liderazgo responsable y la transformación digital?



Mantenerse al día de las estrategias digitales y las nuevas tendencias va a ser clave para ser un líder en estas épocas. Al principio, una de las cosas que me resultó fue muy difícil, fue el de asignar o delegar tareas.

Yo sentía que podía hacerlo casi todo ya que me resultaba más fácil y tenía el conocimiento de las plataformas que necesitaba. Esto llevó a que hubiera un sacrificio

que no era rentable para la empresa.

Una vez que me percate de esto, decidí tomar unos días de trabajo para enseñarle al equipo lo que yo sabía y así sentirme segura que ellos/as están capacitados/as y yo no tenía por qué preocuparme ni hacerlo todo sola. Enseñar para luego soltar las riendas es lo mejor que se puede hacer como líder.

¿Qué opinión le merece la premisa “si no estás en redes sociales, no existes”?, ¿Aplica para el sector en donde usted desempeña sus labores?

Creo que es muy cierto sobre todo cuando estás creciendo y no mucha gente te conoce. Para mí ha sido sumamente importante mantenerme activa en LinkedIn e Instagram. Mi trabajo consiste de constantemente formar parte de eventos, conferencias y reuniones en la cual legisladores, consulados y altos ejecutivos participan.

Entonces, siento que mi deber como participante llega a ser el de publicar fotos y párrafos que ejemplifican lo que transcurre durante estos acontecimientos.

¿Cuál considera que son los factores diferenciadores de un buen liderazgo en estos tiempos donde la digitalización es una realidad?

Definitivamente, es el de seguir capacitando al equipo de trabajo. Ahora se encuentran todas las herramientas necesarias para seguir adquiriendo conocimiento a través de páginas como Coursera y más.

Del mismo modo, como es tan fácil ahora mantenerse comunicados a través de distintas plataformas, mi sugerencia es que no pierdan el contacto humano. Este contacto seguirá siendo clave para que la empresa mantenga el nivel de compañerismo y comunicación necesaria para que triunfen.

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

Con la transformación digital las estrategias de marca son más ágiles y más permeables a cambios

La información que los especialistas de mercadeo tienen de los consumidores y de la competencia plantea una conversación diferente entre marca-consumidor

Hernán Feuermann
Marketing and Brand Executive

Con la transformación digital el foco en las empresas cambio, pasó de ser centrado en el producto o servicio a centrarse en el consumidor. Nunca en la historia existió un momento donde se haya tenido la posibilidad de conocer a los consumidores y segmentarlos de manera tan precisa. La comunicación pasó de ser unilateral, de marca a consumidor, a ser una comunicación de doble vía.

“La publicidad, de alguna manera, completó un círculo, empezó como una técnica de venta “one-on-one” para pasar a “one-to-many” con la introducción de los medios de comunicación masiva para volver con la transformación digital a una técnica de “one-on-one” donde la personalización y el conocimiento profundo del consumidor, junto con la inteligencia artificial, nos permite diseñar mensajes casi a la medida de cada consumidor” señala Hernán Feuermann experto en comunicaciones de marketing y branding, con más de 20 años de experiencia en la creación de estrategias de generación de ingresos y campañas publicitarias multicanal de gran éxito.

Agrega que los distintos canales digitales permiten tener una retroalimentación en tiempo real de lo que el consumidor siente por las marcas y cómo prefiere relacionarse con ellas. También permite optimizar las campañas en forma continua, adaptándose a los cambios que el consumidor y el mercado van sufriendo a cada paso.

Feuermann es un pensador estratégico y líder de equipos.

Como vicepresidente ejecutivo y gerente general de PM3, administró presupuestos de marketing multimillonarios para empresas Fortune 500 B2B y B2C. Factor de Éxito conversó con él para conocer su perspectiva y análisis sobre el impacto de la transformación digital en el área del mercadeo y la comunicación.

¿Cómo cambiaron las estrategias de comunicaciones y mercadeo con el proceso de transformación digital de las empresas? ¿Qué ha quedado obsoleto?

No creo que las estrategias en sí se hayan modificado en su esencia; la base, es decir, el posicionamiento, los conceptos, la proposición única de venta, etc. no se han modificado, lo que cambió radicalmente son las tácticas empleadas y el nivel de información con el que contamos actualmente. Hoy es posible saber con lujo de detalles quién es nuestro consumidor, cuáles son sus intereses, y seguirlo en su viaje virtual. Aunque el “cookieless environment” está modificando la forma en que seguimos al consumidor; pasamos de “behavioral marketing” a “contextual marketing”, donde acompañamos al consumidor en su recorrido online pero siguiendo sus intereses. El contenido de nuestras comunicaciones no tiene que interrumpir el viaje del consumidor, debemos generar contenido que acompañe ese viaje.

Con la transformación digital las estrategias se volvieron más ágiles, más permeables a ajustes y a cambios según la información que recibimos de los consumidores y de la competencia. Las marcas perdieron la hegemonía del

discurso y ahora se transformó en una conversación marca-consumidor, que encima está a la vista de todos. Por eso, hay que ser sumamente cuidadoso en cómo manejamos ese diálogo. Las marcas ahora son construcciones hechas en conjunto entre las empresas y los consumidores.

Lo que ha quedado obsoleto es el discurso de una sola vía, las estrategias rígidas y las comunicaciones tibias. Las marcas que quieran liderar el futuro deben hoy tomar una posición firme frente a las distintas cuestiones sociales que plantean las comunidades en las que están insertas.

La pandemia planteó un cambio profundo en las relaciones con los clientes. ¿Cómo es el consumidor de hoy? ¿Qué busca?

La pandemia hizo que la gente en general revise su escala de valores. El sentido de comunidad, de pertenencia, la familia, tuvieron una revalorización y volvieron al primer plano.

A mi entender, la pandemia, unida a diferentes causas sociales como el cambio climático, el medioambiente y el auge de los movimientos sociales como “Black Lives Matter” modificaron la forma en la que los consumidores se relacionan con las marcas. Hoy, más que nunca, los consumidores buscan serlo de compañías que compartan su mismo sistema de valores. Los consumidores están mucho más informados y buscan premiar con su elección aquellas marcas que representan y apoyan aquellos valores que son esenciales para su sistema de creencias.

Estamos en tiempos donde es necesario acercarse a los usuarios y consumidores con un perfil más digital; sin embargo, se plantea que la comunicación sea más humana. ¿Cuáles son las claves para lograr un equilibrio?

Hay que entender a los consumidores en todas sus dimensiones. Generar contenido relevante y útil para el usuario más allá de tratar de generar una venta. Lograr una comunicación más humana no depende de la táctica utilizada, sino del tipo de comunicación que estamos generando con nuestros consumidores. Creo que lo que le da el aspecto humano a la comunicación, es el contenido, son esas marcas que apoyan el medio ambiente, las causas sociales, la diversidad, la equidad y la inclusión, compañías que reflejan los valores de sus consumidores. Una marca es humana cuando respeta los valores humanos, más allá de que el medio de comunicación sea digital. La capacidad de empatía de una marca es lo que la hace auténtica y humana.

¿Cómo implementar la transformación digital en las estrategias de marketing de una empresa?

Uno de los principales factores es estar preparado para el cambio. Porque una de las principales ventajas que la transformación digital nos trae, es que nos permite contar con información al instante, y debemos tener la flexibilidad

para adaptarnos rápido a esos cambios y optimizar nuestras campañas constantemente.

Es importante que los canales de comunicación con la empresa estén siempre abiertos, y básicamente escuchar lo que nuestros consumidores demandan. Lo que los consumidores quieren es sentirse escuchados y representados por las marcas que consumen.

En su experiencia manejando equipos de trabajo, ¿cómo ser un buen líder en tiempos de virtualidad y digitalización?

Creo que lo esencial es mantener siempre una comunicación abierta y fluida. También entender que así como la presencialidad nos permitía una pausa en el día laboral para tomar un café u hablar con un compañero de trabajo acerca de la última serie de Netflix, la virtualidad debe generar esos espacios de encuentro. Por eso, creo que es importante como líderes virtuales vincularnos con nuestros equipos de trabajo de diferentes maneras. Organizar encuentros sociales remotos, más allá de las reuniones laborales, para generar una mayor integración de los grupos de trabajo. Un buen líder tiene que saber escuchar qué es lo que la gente está demandando de él y para eso es esencial la comunicación y la empatía.

¿Qué tipo de líder es usted?

Un líder empático, ante todo humano. Que siempre busca

encontrar un equilibrio entre los objetivos de la empresa y los objetivos profesionales de sus miembros. Porque en definitiva las empresas son las personas que las componen y cuanto mejor se sientan en su espacio laboral, mayores serán los aportes que hagan al grupo y a la compañía.

Las personas pasan la mayor parte de su vida en el trabajo y si este no resulta estimulante y enriquecedor el gasto psíquico es demasiado. Por lo tanto, yo trato de crear un ambiente positivo donde todas las personas se sientan escuchadas y parte integral del equipo de trabajo. Soy una persona que le gusta liderar con el ejemplo ante todo.

En una estrategia de marketing, ¿creatividad o eficiencia?

Creo que es un error plantearlo como una dicotomía. Una estrategia puede ser creativa pero no necesariamente eficiente, pero para que una estrategia sea eficiente necesariamente tiene que ser creativa. La eficiencia implica el cumplimiento de metas con la menor cantidad de recursos y la creatividad permite exactamente eso, lograr un mayor nivel de recordación y preferencia con un menor nivel de repetición lo que implica una pauta de medios menos costosa. Hay que terminar con el mito de que la creatividad es arte, dentro de un contexto comercial la creatividad es, sin lugar a duda, una de las herramientas más poderosas para generar ventas.



**Global Experience
Local Expertise**



Soluciones Tecnológicas en la Nube

para Tesorería y Mercado de Capitales



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



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



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

 informacion@tcmpartners.com

 @TCMpartners

 @TCMpartners

www.tcmpartners.com

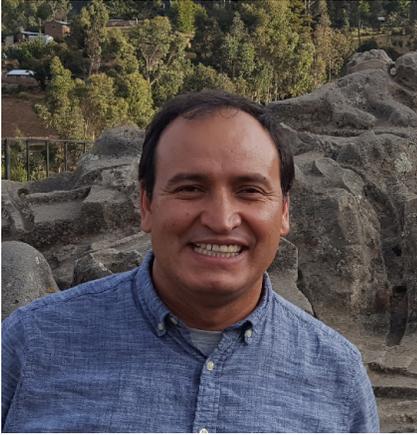


La brecha en las capacidades digitales es un elemento crítico para la comunidad latina

Asimismo, el acceso al financiamiento es otro factor que puede afectar dramáticamente en la sostenibilidad de los negocios generados por los hispanos en Estados Unidos

José Valer

Training Programs Manager Latin American Association



El economista José Valer tiene más de 20 años desarrollando iniciativas de mejora de condiciones de vida de las poblaciones más vulnerables, diseñando e implementando estrategias de desarrollo de capacidades, generación de ingresos, empoderamiento y acceso a servicios, con entidades locales e internacionales, en Estados Unidos, Latinoamérica y el Sudeste de Asia.

Valer señala, en entrevista para Factor de Éxito, que las condiciones estructurales de desarrollo, no siempre generan oportunidades para que las personas con menos recursos económicos puedan superar esa situación; “enfrentar esas condicionantes ha representado uno de mis mayores retos como individuo, pero fundamentalmente ha sido posible lograr impactos positivos, solo con el esfuerzo, creatividad y compromiso de muchas personas y organizaciones”.

Es así como ha participado de esfuerzos, iniciativas imaginativas, de las ganas de mejorar y de no rendirse nunca de personas en condiciones de vulnerabilidad, experiencias que se han convertido en las más gratificantes de su carrera profesional. “Me genera

admiración, constatar la increíble fuente de energía que tienen las mujeres, especialmente cuando tienen que enfrentar situaciones que ponen en riesgo a sus familias. Desde mi propia experiencia, con una madre sola con 5 hijos pequeños que tuvo el coraje de no hundirse en la adversidad, a los millones de mujeres que luchan por generar un ambiente favorable para sus familias, en un entorno que no las favorece. Son heroínas de todos los días”, afirma.

Valer es un fiel creyente que, en general, este mundo es mucho mejor cuando todas las personas, tienen oportunidades para desarrollar plenamente sus capacidades y con ello aportar con soluciones diversas y alternativas a las complejidades que demanda el desarrollo. “Cada uno de nosotros tiene la responsabilidad de aportar con esfuerzos específicos, sistemáticos y sustentables para generar condiciones de desarrollo equitativo”, expresa.

La adaptación de los negocios al entorno digital es una condición necesaria para, mínimamente, intentar lograr sostenibilidad, según comenta el economista. Sin embargo, la brecha en las “capacidades digitales”, entre otros factores, es un elemento crítico que puede afectar dramáticamente en la sostenibilidad de los negocios generados por la comunidad hispana. “Es cierto que la comunidad latina y aún más las mujeres latinas, generan emprendimientos de negocios en mucha mayor proporción que los de otros grupos poblacionales en USA (en los últimos 5 años, 12.5 % de crecimiento anual de

nuevos emprendimientos de latinos y 5.3 % de la población caucásica); lo es también, que el tamaño de estas iniciativas es significativamente menor (por ejemplo, los negocios de latinas generan ingresos, en promedio, de 1/3 de lo que generan los negocios de mujeres en el país)”, apunta.

En términos de inclusión financiera, ¿cómo es el panorama de la comunidad hispana en Georgia?

La brecha de acceso a servicios financieros de calidad en la comunidad latina es significativa, si bien cerca al 6 % de los adultos latinos no tienen una cuenta bancaria, sólo un 5 % tiene un segundo tipo de cuenta. Esto afecta multidimensionalmente y de forma severa a las familias, porque en el caso de las familias e individuos, los servicios financieros a los que acceden son significativamente más costosos (créditos personales o para la compra de productos o servicios que pueden variar entre 50 % a más del 500 % más costosos).

En el caso del acceso al financiamiento para iniciativas empresariales, es todavía más llamativo. Aún teniendo similar calificación financiera, la posibilidad de obtener crédito es menor para los emprendedores latinos, en general. Adicionalmente, de acuerdo a una encuesta de McKinsey el 2021, algo más del 26 % de empresarios latinos considera que su condición de latino, le va a limitar el acceso a financiamiento, lo que implica causas de autopercepción y limitación auto referenciada para intentar financiamiento bancario.

Un programa que está implementando la Asociación Latinoamericana se denomina Unidos in Finance, de la UNIDOS US y financiado por Bank of America, y busca a través de la formación de talentos de la comunidad latina y el desarrollo de oportunidades de carrera profesional en la industria bancaria, expandir y adaptar los servicios financieros para nuestra comunidad, facilitando y mejorando su acceso.

En su trabajo en Latin American Association, ¿Cuáles son las bases para el diseño de programas e iniciativas que cumplan con la premisa “Opportunities for all”?

La Asociación Latinoamericana (Latin American Association) está cumpliendo 50 años promoviendo condiciones para que la comunidad latina en Georgia se integre y prospere; proveyendo servicios de bienestar y atención en emergencias para las familias, servicios de inmigración, apoyo a los jóvenes; además, desarrollando acciones de incidencia antes tomadores de decisiones y generando condiciones para el empoderamiento económico.

Cada uno de estos servicios independientemente y, más aún, la combinación de ellos, está orientado a construir condiciones para que las personas y las familias fortalezcan capacidades de forma sostenible, para desarrollarse de manera autónoma, alcanzar sus propios sueños y aportar a un país inclusivo y próspero.

¿Qué proyectos de LAA puede destacar como los más exitosos?

En la Asociación Latinoamericana tenemos múltiples servicios, que son muy sensibles y de impacto los servicios de apoyo al bienestar de las familias. La labor que cumple el equipo en este aspecto es de mucha dedicación y compromiso. Cada sonrisa esbozada y cada esperanza recuperada, es una

experiencia exitosa para cada una de esas familias.

Específicamente en el área que trabajo (Empoderamiento Económico) estamos aportando a generar condiciones para que los miembros de la comunidad puedan integrarse con capacidades de comunicación efectiva, como los servicios de capacitación en inglés como segundo idioma, que ayudan a abrir puertas y facilitar el acceso a empleo digno que genere ingresos y bienestar; además, promovemos la creatividad e iniciativa empresarial enfocada en mujeres; igualmente, se generan capacidades para el acceso a trabajo, a través de los programas de entrenamiento que conectan la demanda de las compañías por talentos multiculturales y que, a su vez, facilita el acceso a servicios de calidad para nuestra comunidad, como el acceso a servicios financieros a través del Programa Unidos in Finance.

Es una preocupación trascendente el tema del desarrollo de capacidades digitales, por ello estamos implementando programas de entrenamiento en el área, orientadas al trabajo. Estos programas pretenden empezar a cerrar las brechas digitales que son un freno para el desarrollo de nuestra comunidad.

En medio de la transformación digital, el líder debe también poner su foco en el desarrollo sostenible, ¿cómo desarrollar la transformación digital desde la sostenibilidad?

Mi forma de entender el liderazgo se sustenta en visión colectiva, de comunidad que se desarrolla, en la que varios actores cumplen roles de liderazgo en diferentes momentos, y en diferentes aspectos, y se complementan; por lo tanto, más allá del individuo, cuando las mejoras y los avances son más diseminados y compartidos, los avances se hacen más sostenibles. Eso no niega la iniciativa individual, al contrario la valida.

Con esa premisa, la transformación digital, y más aún en nuestra comunidad, va a ser posible en la medida en que se generen condiciones que cierren las brechas que ahora existen. Actualmente, más de 70 % de los trabajos exigen tener capacidades digitales; sin embargo, sólo el 65 % de la población latina tiene acceso a servicios de banda ancha. La situación es más compleja aún, cuando se refiere a la accesibilidad y a la capacidad de pago: las zonas donde vive la población latina tienen menor calidad de servicios que los demás grupos poblacionales y los ingresos que perciben en promedio no son suficientes para pagar por servicios de conectividad de calidad.

Lo relacionado a conocimiento y habilidades digitales refleja también una brecha compleja por abordar. La población migrante con limitadas habilidades de comunicación en inglés, es la que menos capacidades digitales ha desarrollado (1/3 de ellos).

La labor de los líderes es que la voz de la comunidad y sus necesidades sea escuchada, que se canalicen los recursos y las oportunidades para el desarrollo de capacidades digitales. Un primer paso, es generar acceso a la información para oportunidades de servicios que existen. Otro es generar iniciativas relacionadas a las necesidades específicas de determinadas comunidades, de organizaciones o entidades.

Se afirma que es posible que en un futuro, y con el desarrollo de la tecnología y la automatización, ya no existan grupos poblacionales “explotados”; si no que hayan conglomerados de comunidades “inservibles” porque no pudieron “conectarse” con el desarrollo digital. Es labor de cada uno, y más aún de los líderes, poner cimientos y cerrar brechas para que el acceso a las capacidades digitales, sea difundido a todos los que la necesiten y que, finalmente, el desarrollo tecnológico sea inclusivo.

CONECTA TU NEGOCIO CON UNA AUDIENCIA ESPECIALIZADA

HubradioLATAM
Radio Online Empresarial
N°1 de Hispanoamérica



Trato de que mi liderazgo integre lecciones aprendidas de mis mentores

Para el Dr. Báez, en estos tiempos, el sector salud sin un código ético y moral es como navegar una tormenta sin rumbo ni guía

Amado Alejandro Báez

Vice-Chairman y profesor de Emergencias Epidemiología e Inteligencia del Medical College de Georgia

El Dr. Amado Alejandro Báez tiene una carrera profesional llena de éxitos. Era el Jefe Nacional de Operaciones Emergencias en la Cruz Roja Dominicana, cuando, luego de completar los trabajos asociados a la respuesta del devastador huracán Georges del 1998, decidió partir a los Estados Unidos.

Al terminar sus estudios de posgrado en investigación científica, y maestrías en Gerencia y Salud Pública en Nueva York y Filadelfia, pasó a ser aceptado a la Residencia de Formación en Medicina de Emergencias del Mayo Clinic en Minnesota. Luego de 3 años en Mayo Clinic, convirtiéndose en el primer médico extranjero en completar esa especialidad en el prestigioso hospital, pasó a hacer una sub especialidad en Medicina Crítica/Terapia Intensiva en la Universidad de Harvard en Boston. Al completar el fellowship, lo reclutan como facultado de la Escuela de Medicina y la Escuela de Salud Pública de la Universidad de Harvard (asociado) y, desde ahí, empieza oficialmente su carrera académica.

Siempre con un inmenso y vivo deseo de colaborar y aportar a su país natal, en Harvard siendo director asociado de servicios de emergencias, internacionalmente hace “Medicina Internacional”, su nicho académico, específicamente, para trabajar programas de colaboración y desarrollo de capacidad en República Dominicana. Trabajos que resultaron en programas que fortalecieron servicios clínicos y académicos en diferentes instituciones.

Regresa, temporalmente, a RD en el 2009, donde pasa a ser gerente de un Departamento Académico de Medicina de Emergencias y Medicina Crítica y, en la misma institución, fundador-coordinador Médico del 1er. Departamento de Medicina Internacional en Santo Domingo, teniendo presente la visión a trabajar con turismo médico. También ejerció funciones como Decano Asociado de una de las Facultades de Medicina; “desde ahí desarrollamos diferentes programas de fortalecimiento académico, acuerdos internacionales con múltiples prestigiosas instituciones y diferentes esfuerzos de innovación y desarrollo apoyado por instituciones como la Organización Panamericana de Salud (OPS), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) la Agencia Española de Cooperación y el Departamento de Defensa de EEUU. En el 2010 trabajamos la respuesta al terremoto de Haití colaborando con el Estado Dominicano, Equipos de Harvard y la OPS, gracias a esos trabajos logramos abrir un circuito bi-nacional donde más de 5000 víctimas recibieron atenciones; siendo en el 2011, nuestro trabajo fue gratificante y hasta reconocido como un modelo de atención humanitaria por la Naciones Unidas”, señala.

En el 2014, vuelve a EEUU para trabajar en la Universidad de Miami y el Hospital Jackson Memorial, donde se convirtió en Director Médico y Director-Fundador de la Residencia en Medicina de Emergencias. De ahí pasa a ser Jefe de Emergencias en el Hospital Kings County de Nueva York (1er. Centro de Trauma en

EEUU) y, luego, se convierte en Vice-Chairman y Profesor de Emergencias Epidemiología e Inteligencia del Medical College of Georgia.

En el 2020, la Presidencia Dominicana le solicitar ser Asesor del Poder Ejecutivo y Director del Comité de Respuesta al COVID-19, siendo este el mayor honor de su carrera profesional y, aún con cambio de gobierno, se mantiene como Asesor del Poder Ejecutivo trabajando diferentes proyectos y con el increíble privilegio de poder seguir aportando a la salud de la República Dominicana.

“Han sido unas décadas llenas de dicha y oportunidades bonitas”, afirma el Dr. Báez, a quien entrevistamos porque su exitosa trayectoria es una historia digna de resaltar.

A lo largo de su carrera profesional ha recibido varios reconocimientos por su trabajo, ¿cómo se siente al respecto?

Al final soy el mismo joven que saliendo del seno de un hogar clase media (con muchas limitantes) en el año 1992 a los 18 años de edad me subí en una ambulancia de la Cruz Roja como voluntario y desde entonces encontré mi pasión por el servicio. Cuando reflejo y miro atrás, a veces me siento con ese “síndrome de impostor”, me siento no merecedor de esas experiencias y oportunidades. En verdad he tenido la gran dicha de haber encontrado desde muy temprano mi pasión y eso te lleva a simplemente trabajar feliz y duro, no buscando reconocimiento solo disfrutando las oportunidades y la gratificación de servir un bien mayor. Siempre honrado

de oportunidades de llevar la bandera tricolor dominicana en alto, pero a veces se siente un poco surreal y sorprendido el que simplemente por hacer tu trabajo (y tratar de hacerlo lo mejor que puedes) te reconozcan importantes organizaciones y gremios que, a veces, ves como distantes y no alcanzables, como el Mayo Clinic, la Universidad de Harvard, el American Medical Association, el American College of Emergency Physicians, el Society for Critical Care Medicine, el Ministerio de Educación Superior Dominicano y, recientemente, hasta un muy inesperado reconocimiento por el Royal College of Cirujanos de Gran Bretaña/Irlanda. Todo volviendo a ese sentimiento de preguntarme si realmente son reconocimientos que merezco.

Su trabajo, tanto en RD como Estados Unidos, amerita liderar equipos, ¿cómo se es un buen líder en una era marcada por la digitalización y los avances tecnológicos.

Entiendo que trabajar en el sector salud sin un código ético y moral es como navegar una tormenta sin rumbo ni guía, este código se transmite con la sabiduría de nuestros maestros y mentores. Siempre agradezco todo lo que el Mayo Clinic me enseñó, incluyendo conceptos éticos que el Doctor William Mayo postuló hace más de un siglo sobre la importancia del paciente como centro de salud y las sinergias:

“El mejor interés del paciente es el ÚNICO interés a considerar y para que el enfermo tenga el beneficio del avance de conocimiento, unión de fuerzas es necesario”.

Yo siempre trato de apreciar, recordar y continuar aprendiendo de mis mentores. Es importante escuchar a los demás, saber

involucrar a todos los actores desarrollando sinergias y colaboraciones que logren escalabilidad. Saber ser justo y honesto aceptando error y ofreciendo disculpas cuando es necesario. Poder liderar sin miedo, pero con humildad, justicia y honestidad.

¿Qué tipo de líder es usted? ¿Qué características considera debe tener un líder de hoy?

En temas de salud trato de que mi liderazgo integre lecciones aprendidas de mis mentores sobre todo enfocado en que todas las acciones sean paciente-céntrico (Mayo Clinic) y basadas en evidencias científicas y no en opinión (Harvard).

Me motiva y apasiona la innovación disruptiva, el poder ser siempre empático y saber entender y escuchar con humildad. Poder generar sinergias y colaboraciones sobre todo en la salud con una visión enfocada en hacer lo correcto para los más necesitados entendiendo que la Salud es un derecho fundamental NO un privilegio. Un líder moderno debe emanar confianza y lealtad, tener inteligencia social y emocional para saber trabajar con diferentes grupos sociales y generacionales, además de entender y saber cuándo integrar las nuevas tecnologías (y cuándo no...).

¿Qué lo motiva a continuar trabajando por la salud y el turismo de salud en la República Dominicana?

Para mí la respuesta es fácil: Turismo es uno de los principales motores de la economía dominicana. Y la salud debe tener igual peso específico e igual importancia, más aún con todo lo evidenciado en esta pandemia. El apoyar trabajos en el turismo crea una gran oportunidad para

elevar la medicina dominicana, inyectando fondos al sistema salud y así llevar calidad y tecnología primariamente a todos los dominicanos. El turismo es un instrumento para elevar la medicina dominicana para el beneficio de todos.

En turismo de salud, ¿calidad o costo?

Valor siempre VALOR... Porque lo barato sale caro.

El modelo operacional de turismo salud debe ser uno basado en la ecuación económica de Valor (Calidad+Resultados / Costos). De esta forma se crea una plataforma, idealmente global, transparente, donde todos los actores del sistema (médicos, hospitales y, sobre todo, PACIENTES) saben lo que están recibiendo en cuanto a calidad, resultados y costos igualando así los terrenos de juego y creando una real competencia basada en valor.

Actualmente, el Dr. Báez es el presidente Clúster de Salud de Santo Domingo y miembro del Consejo de Directores del Clúster Turístico de Santo Domingo, donde su visión se enfoca en Seguridad en Turismo como un elemento fundamental para asegurar calidad y promover los destinos. Sin embargo, el World Tourism Organization (WTO) habla de que la seguridad médica es un elemento fundamental de la seguridad en turismo. “Durante la pandemia esas líneas territoriales entre economía, turismo, y salud fueron borradas, nos dimos cuenta que la salud unió a TODOS los sectores sociales y desde ahí empezamos como Clúster de Salud a apoyar procesos de estandarización para la atención del COVID-19 creando el primer manual Municipal junto a la Alcaldía de Santo Domingo”, expresa.

Beneficios tan Extraordinarios
como tu Próximo Destino.

» INSCRÍBETE AHORA
MARRIOTT BONVOY™



Cada empresa familiar es un mundo en sí mismo

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

Raúl Serebrenik

Founder & CEO FECIG



Raúl Serebrenik G. es fundador y presidente de Family Council Wealth Planning Consulting (FCWPC), empresa de consultoría con sede en Bogotá-Colombia y en Miami-USA. Es asesor de familias empresarias, que han logrado la longevidad y se han consolidado como “Dinastías Familiares”.

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

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

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

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

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

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

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

Curiosamente, en una entrevista que me hicieron en República

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

FACTOR DE ÉXITO

Revista para el Liderazgo Empresarial y de Negocios

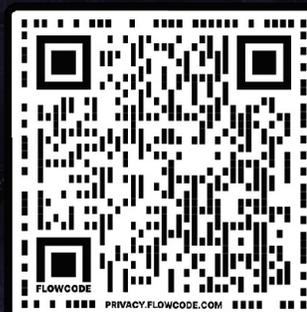
CHILE | ECUADOR | COLOMBIA | MÉXICO | PANAMÁ | MIAMI | ATLANTA | REPÚBLICA DOMINICANA | NEW YORK

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



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.

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



Soy el resultado del éxito Latino en Georgia

Christopher cree firmemente en el desarrollo de líderes y organizaciones, ya sean empresariales o comunitarias. Su misión se ha centrado en buscar soluciones a los problemas dondequiera que estén

Christopher Perlera Umaña

Christopher Perlera, nacido en Estados Unidos, hijo de inmigrantes latinos es un joven que ha destacado en el estado de Georgia por su trabajo con la comunidad latina, reconocimiento que llegó en 2021 cuando fue incluido como uno de los 50 latinos más influyentes de Georgia.

Critical Point es su firma de firma de mensajería y relaciones estratégicas, que se especializa en defensa, asuntos gubernamentales y públicos, y relaciones con la comunidad. Sus clientes incluyen funcionarios designados por el gobierno federal, funcionarios electos, agencias gubernamentales, organizaciones benéficas, entidades de desarrollo económico, organizaciones cívicas y fundaciones.

“Mi gran pasión es la política pero no en el sentido regular. Más que todo me encanta el entendimiento del poder. Cómo el poder se crea en nuestro gobierno y sociedad. Cómo se distribuye y cómo se quita. Mi objetivo es dejar el mundo en un mejor lugar de cuando nació. Deseo mejorar mi comunidad y enseñarle a todos que siempre debemos participar en decisiones claves a todo nivel. Si nos hacemos los olvidados, personas con malas intenciones se apoderan de las instituciones claves”, expresa Perlera Umaña para Factor de Éxito.

Su experiencia con Critical Point incluye estrategia política, política, asuntos comunitarios,

asuntos internacionales, estrategia filantrópica, desarrollo de ejecutivos de nivel C, bienestar infantil y familiar, lucha contra la trata de personas y relaciones con los medios bilingües, tanyo en español como en inglés.

Además, su trabajo voluntario en el Consejo de Antiguos Alumnos Latinos, para asegurar que los alumnos latinos encuentren amigos, significado y éxito después de la graduación; su participación en el Consejo Asesor de Wabe, una plataforma de radio, TV y podcasts; así como su desempeño como Vicepresidente de Compromiso de Antiguos Alumnos de Outstanding, organización sin fines de lucro dedicada a reconocer el servicio, el liderazgo y los logros de los jóvenes profesionales de Atlanta, son solo ejemplos de su compromiso con la comunidad hispana.

Factor de Éxito, siempre buscando dar relevancia a jóvenes y profesionales cuya trayectoria merece ser reconocida, lo entrevistó con la finalidad de conocer un poco más sobre su trabajo y visión de vida.

Estudió Lenguas Romances: español y portugués, ¿cómo llega a trabajar en Critical Point?

Sinceramente, pensé que era lo más fácil para mí en la Universidad de Georgia. También el programa de idiomas era muy prestigioso. Con ese diploma podía trabajar en negocios internacionales o para

el gobierno. Lo que sucedió fue que mejoré mi español y alcancé una capacidad profesional mejor que mis padres, aunque nació en los EEUU. En el 2015-2016 estuve trabajando para la secretaria de estado de Georgia. Ese año decidí empezar mi propia empresa dedicada a relaciones estratégicas y mensajería. Mi primera clienta fue Jovita Carranza, la última tesorera de los Estados Unidos durante la presidencia de Trump.

Desde la universidad ha sido muy activo como voluntario en diferentes grupo, ¿qué lo motiva a participar?

Para ser sincero, después de la universidad pasaron 4 años sin yo hacer mucho. Durante una visita con un primo tuve un momento en cual decidí ser una persona llena de propósito. No quería seguir pasos mundanos. Quise ser una persona reconocida por mis esfuerzos y ayudar a los demás. Así que empecé a buscar esas oportunidades.

Ha recibido varios premios y reconocimientos, incluido 50 latinos más influyentes de Georgia en 2021, ¿cómo se siente al respecto?

Orgulloso. Los premios son bonitos, pero en realidad son símbolos de nuestras redes. Amistades o conexiones profesionales claves que utilizamos para cambiar el mundo y adelantar nuestras carreras. También me aseguro de nominar a la próxima generación de Latinos para los mismos reconocimientos.



Es importante compartir estas oportunidades para seguir desarrollando a nuestros futuros líderes. Nunca tenemos suficiente para todo lo que hay que hacer.

¿Cómo ayuda a la comunidad hispana de Georgia? ¿Cuál es el compromiso que ha asumido?

Me dedico al empoderamiento de nuestra comunidad en el ambiente político y cívico. Soy el único entrenado por los dos partidos. Tengo experiencia en todos los niveles de gobierno y campaña política. Soy el resultado del éxito Latino en Georgia. Por tener más de 1 millón de Latinos en Georgia, muchos negocios exitosos, y organizaciones sin fines de lucros con misiones claves... me he vuelto una persona bien útil. Le doy gracias a dios y nuestra comunidad por la oportunidad. Yo peleo por nuestra comunidad sin temor porque la comunidad Latina de Georgia invierte en mí.

¿Cuál es su mayor sueño?

Encontrar esposa, tener hijos y con su apoyo lanzarme en campaña política de nuevo. Sin prisa, pero para una posición y una comunidad que me necesite. Lo más importante es tener hogar y familia como base de sus futuras aspiraciones. (ríe)

¿Qué testimonio le gustaría compartir con los jóvenes de la comunidad hispana?

No le tengan miedo al riesgo. No temen fallar en un proyecto o carrera. Las personas mas exitosas son las que pierden todo e intentan de nuevo muchas veces. Busquen su base emocional para cargar las pilas de la mente y sigan adelante con sus sueños. Acepten la ayuda de quien se la ofrezca.

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

La evolución es un proceso de ensayo y error

Autoajustar y generar microcambios, es la clave para que las personas puedan responder mejor a los retos que se presentan, mientras aprenden, conectan y generan sinergias que impacten positivamente el entorno

Maricielo Fuller

Communications manager Argos USA



Maricielo Fuller, como muchos inmigrantes, llegó a Texas en 2004, con la idea de compartir con su familia por un breve tiempo y regresar a Colombia, donde trabajaba en una multinacional en el área de Relaciones con la Comunidad. A pocos meses de llegar, decidió establecerse y, a partir de ese momento, se concentró en aprender el idioma, se mudó a Atlanta y comenzó a explorar oportunidades para conectar con la comunidad empresarial y emprendedora, al comienzo como voluntaria y, posteriormente, como consultora. “Mi recorrido siempre ha sido guiado por la visión de aportar nuevas ideas, de innovar y generar miradas más amplias frente a cualquier proceso. Una de las grandes ventajas que he tenido en mi carrera es que he sido capaz de adaptarme a todas las situaciones que se han presentado y he aprovechado oportunidades que tal vez para otras personas pueden ser riesgosas. Creo que la capacidad de extraer lo positivo de cualquier experiencia me ha equipado con herramientas para enfrentar los retos y desafíos que nunca faltan cuando eres un inmigrante”, afirma.

Actualmente, Maricielo se desempeña como directora de Comunicaciones de Argos USA, donde diseña, ejecuta y evalúa programas, iniciativas y canales eficaces de comunicación a nivel interno y externo, para generar un impacto positivo en todos los grupos de interés de la compañía. Anteriormente, fue la directora ejecutiva de la Asociación de Construcción Hispana de Georgia, donde impulsó a empresas hispanas de construcción a alcanzar su máximo potencial.

De su tiempo en Atlanta, destaca que lo más gratificante ha sido

ayudar a organizaciones, empresas y personas a descubrir su inmenso potencial. Ha participado en programas, iniciativas y eventos que apoyan a la comunidad hispana, a los emprendedores y, más recientemente, a latinas que trabajan en la industria de la construcción. “Cada historia exitosa la siento como propia, me siento realizada cuando sé que mi trabajo ha influido de alguna manera en proveer condiciones más favorables para el progreso de estos grupos de personas valientes, dedicadas y resilientes. Lo más retador ha sido abrirme camino en un Estado en el que no conocía a nadie, comenzar de cero y poder demostrar que con una ética de trabajo férrea, disciplina y pasión se puede impulsar una carrera en las áreas de Relaciones Públicas, Comunicaciones y Responsabilidad Social Corporativa”.

Este tenaz trabajo la llevó a ser reconocida como uno de los 50 latinos más influyentes de Georgia, por dos años consecutivos, lo que nos cuenta le genera un profundo compromiso con la comunidad Hispana en el Estado. “El trabajo social es un camino en el que no nos podemos detener, cada pequeño paso hacia adelante significa miles de oportunidades en la vida de personas, familias y comunidades. A veces tendemos a hacer evaluaciones de impactos basándonos en datos cuantitativos, pero estoy convencida que es solo cuando conocemos las historias de vida de las personas involucradas en los cambios estructurales, que entendemos nuestra profunda responsabilidad. Hace poco leí que cualquier persona puede ser un líder cuando es capaz de servir a los demás. En esa frase se resume el sentido del liderazgo transformativo, que solo adquiere significado a través de los otros”, expresa.

Para ella el voluntariado es una forma de construir tejido social, es una actividad que beneficia tanto al recipiente como al que invierte tiempo, conocimientos y energía. “En mi caso, he participado en muchas actividades de voluntariado, desde la planeación hasta la ejecución y la sensación de aportar en alguna medida al

mejoramiento de las condiciones de poblaciones vulnerables o con necesidades específicas, es incomparable. ¡Por más pequeño que sea el apoyo que brindas puede tener un impacto enorme que no solo suma, multiplica!”.

También es un apasionada de su trabajo. “Conectar con otras personas para mí no solo hace parte de mi trabajo cotidiano, está en mi ADN. Generar puentes y puntos de convergencia en los procesos de los que he hecho parte, ha sido de los aspectos más gratificantes en mi carrera. Somos más parecidos de lo que creemos independientemente de nuestras metas particulares y cuando somos capaces de ver que es lo que nos une; en lugar de lo que nos separa, somos imparables. Pienso que no se les ha dado la relevancia necesaria a las habilidades blandas en los contextos empresariales y de emprendimiento, y personalmente considero que son las que hacen la diferencia. Los aspectos académicos y técnicos son vitales, pero si no conectamos a través de una cultura y unos pilares compartidos, no son suficientes para alcanzar la excelencia”.

El éxito para Maricielo se resume en levantarse cada día con un propósito y con la misión de que en cualquier acción que emprenda va a dar lo mejor de sí. “Siempre he pensado que si vas a hacer algo debes comprometerte a hacerlo realidad y de la mejor manera posible, trabajar a medias o haciendo solo lo estrictamente necesario nunca ha sido una opción para mí. En ese sentido más que exitosa, me siento realizada de hacer lo que me gusta y de poder aportar de alguna manera a la sociedad”.

Tiene el sueño de seguir en un mejoramiento continuo, tanto personal, familiar como profesionalmente. “No tengo una meta completamente definida, porque he aprendido a adaptarme a las condiciones y situaciones que se presentan”. Cree firmemente que todos estamos bajo permanente construcción y aunque debemos tener un norte, el destino no está definido en lo absoluto.

La transformación digital es parte de la vida diaria

La ganadora de 4 premios Emmy aconseja adaptarse a los cambios tecnológicos; mientras que, particularmente a los comunicadores sociales, les recomienda reinventarse teniendo como base los principios de ética, respeto, veracidad, imparcialidad y compromiso

Judith Martínez Sadri
Estratega de Contenidos Digitales



Con más de 20 años de experiencia como líder de contenido, marketing y relaciones públicas, Judith Martínez-Sadri considera que los medios hispanos han tenido que evolucionar al ritmo que demanda la industria y la audiencia.

Según cifras brindadas por ella misma, el 82 % de la población hispana en Estados Unidos usa el teléfono celular para consumir contenido y hacer sus trámites en comparación con el 84 % de la población en general. Esta métrica, a su juicio, indica que la audiencia hispana es digital y los medios han evolucionado para cumplir esta demanda.

Además, como profesional de la oratoria, explica que esta es el arte de saber expresarse con elocuencia ante un público determinado, es decir, con fluidez y propiedad para convencer al público o establecer contacto con la audiencia o comunidad de una manera clara, precisa y concisa.

“Este arte es necesario para todo comunicador, no creo que las personas se escondan tras pantallas, más bien es el medio de comunicación en turno y de más consumo, todo comunicador y creador de contenido necesita la oratoria para que su mensaje sea recibido de una manera directa y profesional”.

Indica que la oratoria no necesariamente es hablar con una audiencia en vivo, pues tras la pandemia y el uso excesivo de las redes sociales, uno de los aprendizajes trascendentales es que una buena oratoria es necesaria para comunicar con éxito.

Judith asevera que la modernización digital implica

cambios en todos los sectores y el gobierno no es la excepción, en su rol como Estratega de Contenidos Digitales para el gobierno de Georgia tiene la oportunidad de ser parte de un equipo de consultores que guían la creación, implementación, desarrollo y funcionamiento de plataformas digitales para las agencias de gobierno estatales.

“Ser consultora para el gobierno y saber que mi trabajo ayuda a que la población se conecte con las plataformas digitales y conozca los servicios que el gobierno les proporciona, es una gran satisfacción”.

Para ella, la transformación digital es parte de la vida diaria. “Como usuario necesitas usar una aplicación para cualquier trámite, en el trabajo, en la escuela, para ir al doctor. En todas partes las empresas están usando la tecnología para hacer sus procesos más eficientes y ayudarnos a organizar mejor nuestras vidas. Quienes no se adaptan se irán quedando atrás y se volverán obsoletos”.

Como ganadora de 4 premios Emmy, la profesional destaca que todo periodista y comunicador debe saber los orígenes de los medios de comunicación y la responsabilidad que implica estar detrás de un micrófono y de una pantalla.

“Las bases de la comunicación son las mismas: ética, respeto, veracidad, imparcialidad, compromiso y deseo por informar, independientemente del medio por el que se decida comunicar. La radio y la televisión aún no han quedado obsoletos, han sufrido una transformación que ha dado vida a otros formatos como los podcasts y los lives en redes sociales”.

Aconseja a las nuevas generaciones de comunicadores que sí se apegan a sus principios, serán exitosos en cualquier medio que decidan utilizar.

Por otra parte, considera que el autoconocimiento es la clave para que una mujer verdaderamente se empodere a nivel profesional

y personal. “Saber exactamente quién eres, con que talentos naciste y cuáles son tus debilidades, así como tus áreas de oportunidad, es crucial para escalar en ambos escenarios de la vida. Una mujer segura de sí misma, que conoce su potencial, acepta sus limitaciones, pero no deja que ellas la definan puede lograr lo que se proponga. Esta cita me encanta y es mi mantra: ‘El ave no teme que la rama se rompa, porque su confianza no está en la rama, sino en sus propias alas’.”

Una de sus misiones de su vida es inspirar y motivar a las personas a reinventarse, especialmente a las mujeres de mediana edad. En sus talleres, conferencias y en su podcast, ha conocido a muchas mujeres que tienen algo en común: se olvidan de sí mismas por complacer a los demás y luchar por llenar al 100 % dos roles al mismo tiempo, el profesional y el personal.

“Mi consejo es, mujer, no te olvides de ti, date el tiempo para hacer eso que tanto te gusta y que llena tu alma de gozo y alegría. Si tu trabajo y tu casa no pueden esperar a que TÚ te tomes una pausa, entonces es momento de replantear si TÚ te estás dando el valor que realmente tienes y si lo estás comunicando con tus decisiones y actitudes”.

Judith, señala que es importante consumir solo contenido que alimente el espíritu y escuchar temas edificantes, no recibir un NO como respuesta. “No te paralices por tu edad o lo que la sociedad te quiera imponer, solo tú sabes ese deseo que llevas dentro. Escucha tu voz interna y darte el tiempo que te mereces, llena tu alma de bellos momentos, esas son las vitaminas que necesitaras para seguir con tus metas y objetivos”.

Invita a rodearse de personas que sumen, aprender a recibir y sumar a la vida de los demás, que no pase un día sin regalar una sonrisa o abrir una puerta de oportunidad para otros. Cree que la vida es un constante dar y recibir.

A portrait of Juan Diego Ramírez, a man with dark hair, smiling, wearing a light-colored patterned blazer over a white shirt. He is standing in front of a green hedge. The text is overlaid on the image.

La planificación se convierte en una solución financiera durante los períodos más difíciles

Para el especialista en finanzas, la pandemia demostró que los negocios que se habían preparado y contaban con un plan, lograron mantenerse estables

Juan Diego Ramírez

Director ejecutivo Northwestern Mutual



Juan Diego Ramírez es uno de los economistas y asesores financieros más influyentes de Atlanta. Es un emprendedor que se dedica a hacer crecer negocios de la comunidad hispana.

En su carrera, Juan Diego ha logrado un éxito récord y se encuentra entre el número muy limitado de asesores financieros hispanos en todo Estados Unidos que han logrado la Mesa Redonda del Millón de Dólares desde los primeros años de su carrera y ser un destinatario de FORUM (el club del 1 %). Además, ha sido reconocido como uno de los mejores 40 asesores menores de 40 años por el Atlanta Business Chronicle, de forma consecutiva durante varios años. También fue reconocido como una “Estrella en Ascenso” en la Gala Anual de la Cámara de Comercio Hispana de Georgia, al principio de su carrera.

“Todo comenzo cuando tenía tan solo cinco años de edad, mientras observaba a mis padres trabajar muy fuerte en sus pequeños negocios en Colombia. A sus escasos 25 años de edad y con muy pocos años de casados, el gran esfuerzo y dedicación de ellos para el progreso de nuestra pequeña familia, me enseñó la ética profesional que tengo hoy en día como profesional en Finanzas”.

A los ocho años, ya estaba aprendiendo en la micro-empresa familiar de pequeñas tareas manuales que sus padres le encargaban, observando muy detalladamente cómo ellos administraban sus negocios y el manejo del flujo de dinero de dichas actividades económicas. Ese fue el punto de partida que despertó en Juan Diego la pasión por las finanzas.

Con el tiempo, estudió Economía en la universidad y complementó con una Maestría en Finanzas Internacionales, la cual le llevó a los Estados Unidos.

Nos cuenta que el reto más grande que ha encontrado durante su carrera asesorando a dueños de negocio y sus familias de múltiples nacionalidades ha sido durante las conversaciones iniciales con los clientes y en la creación de planes financieros para ellos y sus negocios. “Estas conversaciones, la carencia de experiencia, la desconfianza y el poco interés que tienen en temas de creación de riqueza y manejo adecuado de flujos de capital a un temprano tiempo, les impide en cierta forma lograr un progreso de tomar el camino correcto en sus carreras como empresarios”.

Señala que “en primera instancia, para los dueños de negocios, es demasiado complejo lograr administrar todas las variables del juego en el emprendimiento empresarial. Es por ello que para obtener un nivel de éxito en cualquier negocio, es importante la integración de asesores en materia financiera, para así acortar el camino en el logro de resultados favorables, reducir el tiempo de recoger frutos, eliminar riesgos inminentes y prepararnos para un continuo crecimiento económico. Utilizando los parámetros de acumulación de capital que grandes empresas han utilizado en el trascurso de muchas décadas”.

El experto nos hace recomendaciones generales para alcanzar la seguridad financiera: “Lo primero que se debe hacer es identificar y escribir los objetivos y metas personales, profesionales y financieras a corto y largo plazo, seguido del desarrollo de estrategias para realizar cinco acciones dependiendo de dichas metas: ahorrar, gastar, incrementar, proteger y donar”.

Para Juan Diego, “la familia juega un punto muy importante no solo para un hombre de negocios, también para una mujer de negocios, ya que, primero que todo, la familia es uno de los objetivos más importantes en nuestras vidas; el poder proveer un mejor presente y un mejor futuro, nos motiva y empuja a esforzarnos día a día. Es por ello que, en mi opinión, si nos enfocamos inicialmente en lo más importante, “la familia”, como

lo es para mí, el nivel de satisfacción me lleva a escalar objetivos más altos, y el esfuerzo que esto implica se convierte en combustible y/o gasolina para llegar a cúspides mucho más altas”.

Considera que la planificación financiera pospandemia ha generado mayor aceptación en las comunidades a nivel global, ya que “nos hemos dado cuenta de que aquellos que se han preparado y tienen un plan, han logrado mantenerse estables, eliminan preocupaciones y gastos que la pandemia trajo, acompañado de lograr una seguridad financiera para sus familias”.

En casos como la pérdida de trabajo, cierre del negocio, deudas que conllevó el distanciamiento social, e incluso en casos catastróficos de pérdida de alguno de sus seres queridos, “si se ha creado un plan robusto en el tema financiero, no se convierte en una adición a los problemas que conllevan el perder ingresos provenientes de algún ser querido o labor económica. Al contrario, estos planes financieros se convierten en una solución financiera durante los períodos más difíciles. Y, por último, proveer para aquellos que disfrutaban de un retiro o jubilación una fuente de ingreso ilimitada para conservar y mantener su estilo de vida”, expresa director ejecutivo Northwestern Mutual

Entre la planificación y la ejecución de objetivos, considera que es mucho más fácil empezar e implementar la planificación, “ya que por medio de ejemplos y proyecciones de hipotéticas, se puede proyectar los caminos a tomar para lograr así una implementación gradual a futuro, eliminando el riesgo y asegurando el nivel de garantía y retorno sobre el capital”.

Esto, agrega, “nos lleva a la segunda face, la ejecución de objetivos, la cual no se podría tomar sin tener un plan inicial, tomar una ejecución de objetivos de forma empírica, incrementa dramáticamente el nivel de riesgo, lo cual puede llevar al fracaso rotundo o momentario por no conocer o entender todas las variables en el entorno económico. Tener que empezar a planificar en tiempos muy tardes, reducen las probabilidades de éxito”, concluye.



Conversatorio Recursos energéticos y mineros

Conciencia ambiental, hoja de ruta hacia un futuro sustentable

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



Panel 1
Integración energética regional

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

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

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

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

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

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

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

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



Panel 2
Impulso a las fuentes de energías renovables



enfaticó el presidente de ASOFER durante su participación.

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

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

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

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

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

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



Panel 4 Transición energética justa e inclusiva

CENTER FOR SPACE
EMERGING TECHNOLOGIES

LATAM
C-SET

Sistemas Mecatrónicos Diseñados para Exploración Espacial y Soporte de Vida

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



José Cornejo
Director Center for Space
Emerging Technologies



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

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

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

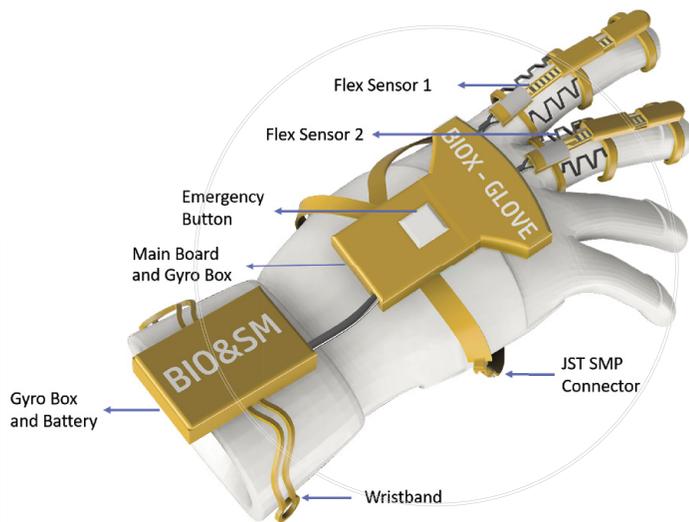
C-SET es una multiplataforma multicolaborativa, donde estudiantes, investigadores y profesores pertenecientes a instituciones multicontinentales trabajan en emprendimientos multidisciplinarios y transdisciplinarios, con el apoyo de mentores de negocios, científicos y tecnólogos. Además, promueve el soporte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

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

Premium Content

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

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



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

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

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

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

Este proyecto involucra el estudio del flujo vascular en las extremidades



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

Sistema Mecatrónico Quirúrgico Portable para Entrenamiento de Cirujías Espaciales.

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



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

Biorobots para Construcción de Hábitats en la Luna.

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

Sistemas Biomecánicos para Rovers en Marte.

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

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

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

Clinostatos para el análisis de crecimiento de Plantas en Microgravedad.

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

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

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

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

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





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 negocio.

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, Autory 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



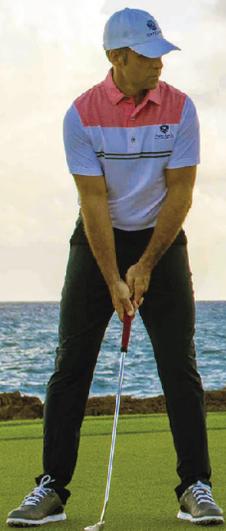
Visualización y descarga
a través de la plataforma
www.fego.digital



APUNTA Y ACCEDE
A TODAS NUESTRAS
EDICIONES



VIVE CAP CANA



20 AÑOS

CAP CANA
REPUBLICA DOMINICANA
Club de Golf

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

