

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

miami

Desarrollo del liderazgo en **Latinoamérica**

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

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

**Disfruto aprender, conseguir resultados
y luego enseñar para motivar a otros**
Vilma Núñez

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

La fórmula del éxito
Sandra Guazzotti



¿Qué es Solve for Tomorrow?

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

STEM
(Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática)



www.solvefortomorrow.com

BARCELÓ

RON DOMINICANO



PRIMER RON ORGÁNICO DE REPÚBLICA DOMINICANA

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



| Exclusivo
Cañaveral Orgánico
de 1.5 Kms²

| Estuche elaborado
de bagazo de caña
de azúcar

| Etiqueta de
papel reciclado

| Todo impreso con
tinta orgánica

[editorial]

DESARROLLO DEL LIDERAZGO EN LATINOAMÉRICA

Estimados lectores

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial Factor de Éxito



FACTOR DE ÉXITO

Revista para el Liderazgo Empresarial y de Negocios

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

ENCUENTRA
todas nuestras
ediciones en
un solo lugar

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

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

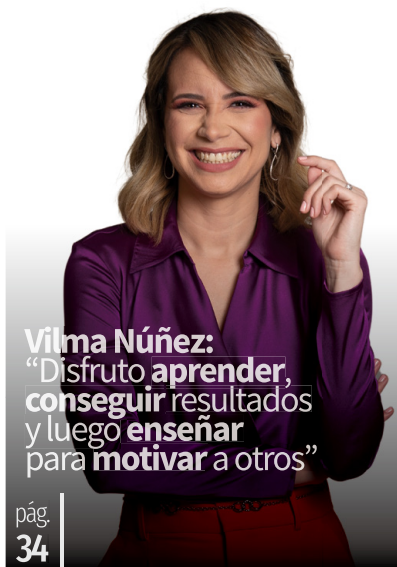
WWW.REVISTAFACORDEEXITO.COM

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

**PUBLICACIONES DIGITALES
ALOJADAS EN LA RED SOCIAL
EMPRESARIAL FEGO.DIGITAL**

FEGO

contenido



directorio



Dora Rojas
Directora Ejecutivo Miami

Revista Factor de Éxito Miami
Número 1, Año 1

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

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Directora Ejecutivo Miami:
Dora Rojas

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo y Ventas:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones Internacionales:
Jacqueline León

Dirección de Tráfico:
Mailan Sequera

Redacción:
Gabriela Matute
Dora Rojas
Arellys Rodríguez
Siddhartha Mata
Ambar Rojas

Contenidos web:
Roberto Rolo Luis

Diseño y Diagramación:
Luis Gota
Bernardo Seijas

Webmaster:
Juan Rebolledo

Portada:
Ismael Cala

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

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

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito

www.revistafactordeexito.com

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

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

Revista Factor de Éxito República Dominicana
info@revistafactordeexito.com

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

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

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

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

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

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



PLATINUM

BUSINESS CENTER

UNA OFICINA ELEGANTE HECHA A SU MEDIDA

EN EL CORAZON DE CORAL GABLES

En Platinum Business Center ofrecemos:

- Extraordinaria ubicación
- Un espacio elegante y funcional
- Salas de conferencia con la tecnología más sofisticada
- Servicio profesional
- Oficinas virtuales
- Confort y flexibilidad para usted
- La mejor imagen para su empresa



1600 Ponce de León Blvd.,
Piso 10 - Coral Gables,
FL 33134

Oficina:
786-350-1200



www.platinumbusinesscenter.com



INTELIGENCIA ARTIFICIAL

■ IBM y el Miami College crean un centro de inteligencia artificial

El Miami Dade College (MDC) y la multinacional IBM, se asociaron para identificar nuevos campos tecnológicos de estudios e impulsar en el futuro un nuevo Centro de Inteligencia Artificial.

Según informó la institución, se brindarán nuevas ofertas de programas

del MDC para la formación de profesores y estudiantes de diversos orígenes y experiencias. Todo ello, con el objetivo de suplir las nuevas necesidades del mercado laboral tras la pandemia.

“Con nuestros programas de creación de destrezas, nuestro objetivo es eliminar las barreras comunes de acceso a campos tecnológicos emergentes”, agregó Jeff Welsler, directivo de investigación IBM.

Por su parte, la presidenta del MDC, Madeline Pumariega, subrayó que se trata de “satisfacer la creciente demanda de expertos en tecnología en todo el país”.

Actualmente el MDC imparte más de 300 programas y tiene estudiantes que representan a 167 naciones y 63 idiomas.



UNA COMUNIDAD MÁS FUERTE

■ Una comunidad más fuerte: Miami-Dade se une a Cities of Service

La iniciativa *Cities of Service* en la que están incluidas más de 280 urbes con la meta de construir comunidades más fuertes, ahora sumará entre sus miembros a Miami-Dade.

En el anuncio, la alcaldesa Daniella Levine Cava, sostuvo que “esta nueva asociación es solo otro paso más en la construcción de un gobierno aún más colaborativo e innovador en disposición de sus residentes”.

Creado por el millonario Michael Bloomberg en 2009 y financiado en parte por *Rockefeller Foundation*, esta iniciativa,

presente en más de 280 ciudades de EE.UU., utiliza diferentes instrumentos que promueven la participación ciudadana en la resolución de los problemas presentes en la comunidad.

Consejos, oportunidades de inversión, trabajo comunitario y otros proyectos para hacer las ciudades más resilientes, serán usados como fuerza de cambio y desarrollo de la ciudad.



EMPRENDEDORES

■ 100.co: El emprendimiento que está revolucionando a grandes marcas

Kim Perell y su socio James Brennan son dos emprendedores recién mudados a Miami-Dade, que están causando un gran revuelo en el crecimiento de las marcas en el mundo digital a través de 100.co.

Ellos creen que los hábitos de consumo digital pueden ser aprovechados por la inteligencia artificial y combinados con la propia “marca” personal de un personaje famoso para lanzar productos de éxito en línea.

Su objetivo es sacar productos al mercado en meses en lugar de años y además, “restar riesgos” al proceso de

lanzar algo cuyas posibilidades de éxito podrían ser limitadas.

Perell tiene experiencia en marketing directo y publicidad, fundó Frontline Direct y es la ex directora general del grupo de soluciones publicitarias Amobee. Brennan es cofundador de la empresa de jugos prensados en frío Suja.



Basado en el ecosistema Galaxy perfeccionado, estos equipos funcionan de forma continua con sus otros dispositivos de IoT y Galaxy, para engranar a la perfección el flujo de trabajo y el entretenimiento.

“En Samsung, hemos sido pioneros en innumerables experiencias móviles emocionantes: nuevo hardware, software y nuevas formas de ayudarle a mantenerse



conectado y de brindarle la libertad de vivir al máximo”, dijo el Dr. TM Roh, Presidente y Líder de los Negocios de Comunicaciones Móviles de Samsung Electronics.

Esta nueva serie Galaxy Book Pro está inspirada en el diseño móvil, creadas para las rutinas modernas, lo que inevitablemente aporta más productividad y menos interrupciones con hardware de alto rendimiento.



SAMSUNG

■ Samsung lanza la nueva serie Galaxy Book Pro

Las Galaxy Book Pro y Galaxy Book Pro 360 como la nueva generación de dispositivos de computación móviles que combinan un rendimiento potente con el ADN móvil de un teléfono inteligente Samsung Galaxy.



FÓRMULA 1

■ Gran Premio de Fórmula 1, un impulso turístico para Miami

La organización del Campeonato del Mundo de Fórmula 1 anunció un acuerdo de diez años para que Miami albergue un Gran Premio a partir de 2022.

La realización de esta carrera de Fórmula 1 proporcionará un impulso turístico adicional y un impacto económico a las empresas locales en la región metropolitana de Miami.

El circuito se construirá en los alrededores del Hard Rock Stadium de

Miami Gardens, en el estado de Florida, y constará de 5,41 kilómetros, tendrá 19 curvas, 3 rectas y potencial para 3 zonas DRS con una velocidad máxima estimada de 320 km/h.

Con esto, Miami se convertirá en el undécimo lugar de Estados Unidos con una carrera de Fórmula 1 desde que comenzó el campeonato en 1950.



ORACLE

■ Investigación de Oracle reveló que las personas anhelan el regreso a eventos deportivos y musicales

Para muchas personas, ha pasado casi un año desde la última salida a un gran evento deportivo o musical. Este mundo distante está comenzando a volverse real para muchos, tal como lo muestra en una encuesta de Oracle que aborda las necesidades de los consumidores. Los datos muestran que el 82% de las personas que solían ir a eventos en vivo se lo pierden, no obstante, su deseo por regresar a este tipo de eventos se ha intensificado en los últimos 6 meses. Además, el 32% dijo que tenía FOMO (fear of missing out), es decir una patología que describe miedo a perderse algo y la cual está muy relacionado con la digitalización de nuestro mundo actual (el 28% estaba devastado por estar lejos de los estadios y el 23% inclusive lloró)

La encuesta muestra que los consumidores son más optimistas acerca de regresar a los eventos en vivo: más de una cuarta parte de las personas dicen que asistirán a los eventos en vivo tan pronto como sea posible. Por tanto, esta forma de pensar marca un cambio positivo en la confianza del consumidor. Sin embargo, algunos encuestados, especialmente los Boomers, creen que los eventos deben ser adaptados, el 60% prefiere que continúen las medidas de distancia, incluso cuando los grandes eventos se consideran seguros para participar; y el 26% de los asistentes a eventos no tiene planes de regresar en 2021.

IMPUESTOS

■ ¿Pago de impuestos en criptomonedas?

El comisionado Danielle Cohen Higgins, del condado de Miami-Dade, respalda una nueva resolución para permitir que los residentes utilicen criptomonedas para pagar impuestos locales.

Una noticia totalmente innovadora que ya fue introducida al Comité de Infraestructura, Operaciones e Innovaciones de Miami-Dade pidiendo el establecimiento de un grupo de trabajo de 13 miembros, que se encargaría de examinar la viabilidad de permitir a los residentes pagar los impuestos de su condado, así como pagar tarifas y servicios, utilizando monedas digitales como Bitcoin, Ether (ETH) y Litecoin (LTC).

“El artículo establecería un grupo de trabajo que podría profundizar en los posibles beneficios y desventajas que podrían resultar de su uso. Es importante explorar todas las vías que pueden respaldar una tecnología en expansión y la presencia de nuevas empresas en beneficio de nuestra economía”, dijo Higgins.



ROBOTS ELÉCTRICOS

■ Robots entregan comidas y otros productos en Miami

Una alianza entre las compañías REEF Technology y la robótica Cartken dará paso a la utilización de los robots para la entrega de comidas y otros productos en Miami.

Después de un exitoso lanzamiento piloto, los robots eléctricos ofrecerán formas seguras, confiables y sostenibles para que los de Miami reciban productos de la red de restaurantes y socios minoristas de REEF.

Además, los robots ayudarán a los socios locales de restaurantes y tiendas minoristas de REEF a abordar la creciente demanda y

fueron diseñados para reforzar las entregas a corta distancia de pequeños pedidos.

“La creciente demanda de entrega ha creado un cuello de botella durante las horas pico que ha ralentizado la eficiencia”, dijo Matt Lindberger, director de Tecnología de REEF.

Los robots entregan ahora pedidos de las marcas asociadas de REEF en Miami como Della Bowls, Krispy Rice, Genuine Burger, Fuku, Mamma Parmigiana, BurgerFi, Michy B's, Van Leeuwen, Sam's Crispy Chicken y otras.





Ismael Cala

Periodista, escritor, motivador
y conferencista inspiracional y empresarial

EL LIDER EMPRESARIAL DEBE COMENZAR POR CONOCERSE A SÍ MISMO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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



Enrique Aguirre

Managing Director for 3M Central America and Caribbean Region



La comunicación como base del **liderazgo** efectivo

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

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

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

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

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

¿Cuál ha sido su mayor reto en 3M?

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

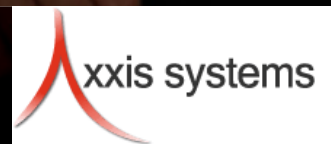
Esta es una pregunta amplia para contestar, ya que cada país puede tener sus propias realidades que de una u otra forma por factores políticos, sociales o hasta de ubicación geográfica, entre otros, pueden afectar la formación profesional y la productividad. Sin embargo, tratando de rescatar una visión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





Ricardo Camargo

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

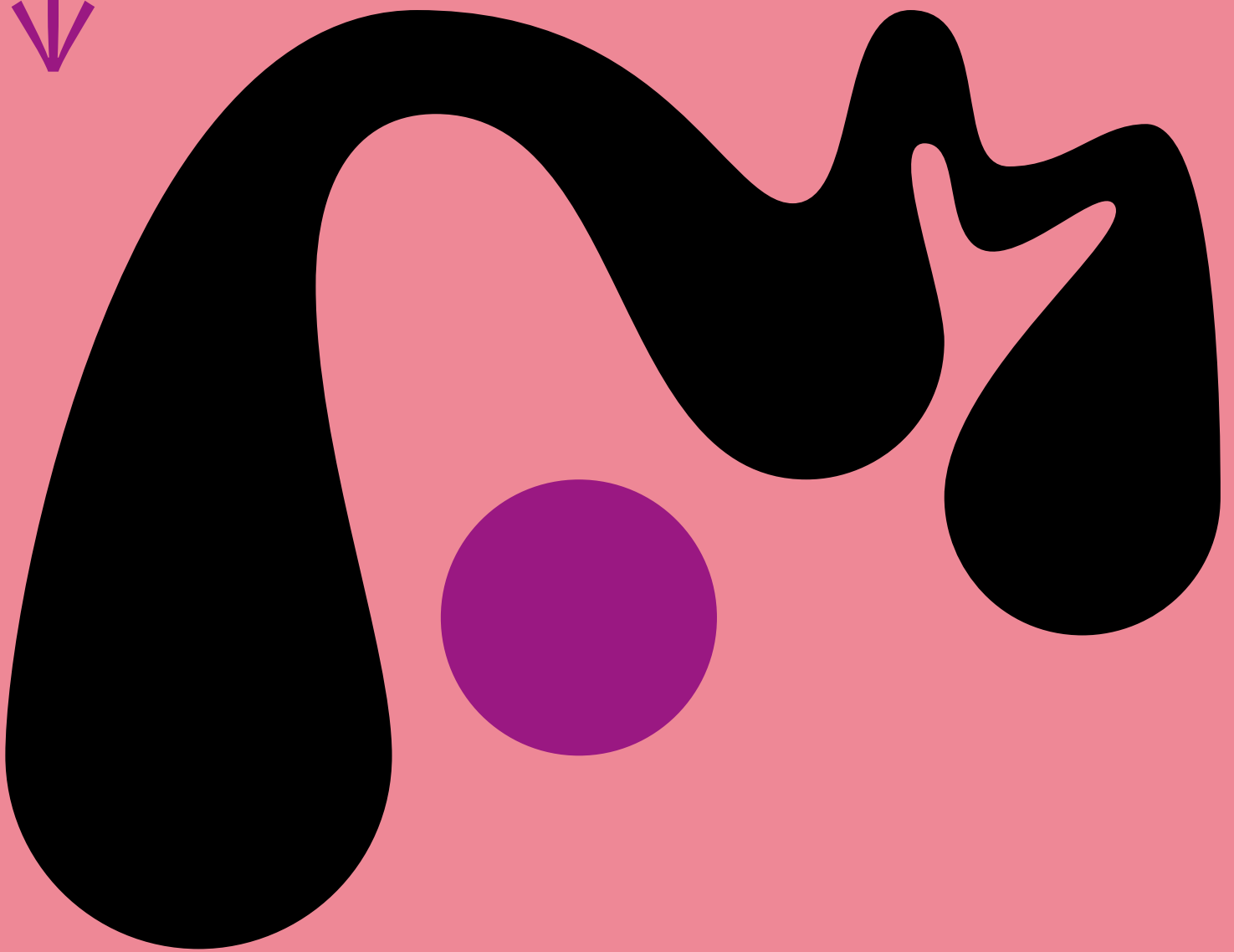
“En la actualidad, la industria 4.0, de la mano con el internet, más todos los aspectos disruptivos, han estado cambiando la forma en cómo los seres humanos y los negocios hacen las gestiones; desde allí muchos podrían concluir que estos nuevos cambios generan la activación de una ‘transformación digital’.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

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

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

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

El playground para creative thinkers.



**M.AD
PUNTA
CANA**

We cultivate
unconventional
minds.

Apply Now!

www.miamiadschool.do

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

stems

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

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

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

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

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

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

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

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

todo lo que se emprende y devuelve resultados positivos.

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

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



INVIERTA EN PROPIEDADES EN EL GRAN MIAMI TUS ALIADOS CONFIABLES AL INVERTIR

+ 1,500 compras-ventas

70% Clientes conformados por los
nuevos residentes
del Sur de la Florida

+ 300 unidades
en administración



Nuestro Equipo
Brinda

- Asesoría profesional y personalizada
- Buscamos el mayor potencial y rentabilidad
- Compra, venta y administración
- Todo en un solo lugar

jasalinternationalrealty.com
786-350-1222 305-815-3818
jasal@jasal.us

1600 Ponce De León Blvd,
Suite 1003
Coral Gables, FL 33134



**ARMANDO
JAVIER**

LIC. REAL ESTATE BROKER





IVAN Y MONIKA TAPIA UNA INSPIRADORA HISTORIA DE ÉXITO

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

A los 18 meses de estar en la industria de redes de mercadeo, en el 2012 generamos nuestros primeros \$20,000 por mes y en meses posteriores arribamos a \$100,000 al mes. Cuando el dinero que necesitas lo cubres, tu objetivo ya no solo es generar más, sino que encuentras un sentido extra, y es el compartir y enseñar a otras personas cómo lo lograste.

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

El mayor reto personal fue vencer el

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

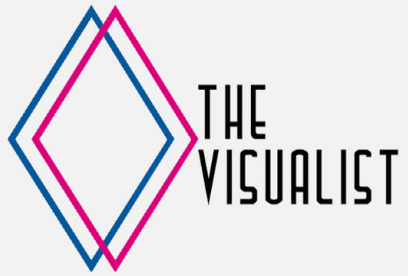
Lo más gratificante es ver las historias de éxito a mi alrededor, las transformaciones, vidas nuevas, caras felices, familias felices con estilos de vida diferentes, pero sobre todo dejando un legado que trascienda por generaciones.

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

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

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

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



THE
VISUALIST

Contenido Profesional

VIDEOS MUSICALES



COMERCIALES



PRODUCTOS



Ubicados en Florida
Trabajamos con Productos a
nivel mundial

thevisualistphoto@gmail.com
(305) 501-0137
www.thevisualistproductions.com

¡Hacer click aquí para más información!

enseñables, tomando acción, creando, desarrollando y buscando nuevas oportunidades.

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

metas a través de un sistema creado por nosotros y comprobado que si lo sigues tienes resultados. Es un compendio de información de apoyo para emprendedores.

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

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

BIG^o
CAPITAL

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

bigcapital.com.mx





convierte 



Vilma Núñez

CEO de Convierte Más (Agencia y Escuela Online especializada en marketing, publicidad y negocios digitales) y fundadora de la Academia de Consultores

Vilma Núñez: “Disfruto aprender, conseguir resultados y luego enseñar para motivar a otros”

Esta reconocida experta del mundo de la comunicación resume tres prácticas fundamentales para un líder: Aprender a delegar y escuchar. A cada integrante debes hacerle saber que es una pieza fundamental, debes motivarlo a que apueste por más y debes darle voz para que opine en pro de potenciar la empresa. Además, es importante hacerle saber que estás a su disposición para su crecimiento profesional e incluso personal.

Vilma Núñez, oriunda de la República Dominicana, es una mujer que ha dejado su huella en el mundo, principalmente en el digital, quien por más de 14 años ha trabajado en el área de la comunicación, el marketing y la publicidad, ayudando a miles de personas a crear estrategias para vender y conectar de manera virtual y offline.

Inició su paso por el mundo digital al crear su blog en 2011 compartiendo información sobre Marketing Digital para ayudar a otros profesionales como ella, sin imaginar que 10 años después, asumiría posiciones de liderazgo como CEO de Convierte Más (Agencia y Escuela Online especializada en marketing, publicidad y negocios digitales) y fundadora de la Academia de Consultores, hasta convertirse en el mayor referente del marketing digital de habla hispana.

**¿Cómo descubriste tu pasión por el marketing digital y que podías tener allí un nicho importante para desarrollar tu vida profesional?
¿Cuál es el propósito de vida de Vilma Núñez?**

Mi pasión por marketing digital surgió porque siempre he sido la tecnológica de mis amigos y en 2008 comencé a ver anuncios en MSN Messenger y ahí entendí que quería aprender cómo conectar y hacer marketing y publicidad a través de redes sociales.

Mi propósito es SERVIR. Disfruto aprender, conseguir resultados y luego enseñar para motivar a otros a que hagan lo mismo.

Afirmas que en muchos blogs se cuenta “el qué del marketing digital” y en pocos el “cómo”. ¿Cómo lograste descubrir ese “cómo” que ahora compartes con el resto del mundo?

A través de ensayo, error y práctica hasta analizar qué era lo que resultaba. Primero que nada, en marketing no hay fórmulas exactas, así que decidí que era mejor crear mis propias estrategias y cuando ya estuvieran completamente verificadas, cuando descubriera cómo llegaban a ser altamente efectivas, allí era que las compartiría.



Descubrir el “cómo” se resumen en constancia, esta es la única forma de compartir la verdad. Obviamente en marketing hay muchas cosas precisas y con una definición ya establecida, pero el desarrollo estas tácticas requiere de práctica, porque lo que le funciona a una marca o negocio no significa que también te puede funcionar a ti.

Por eso yo siempre hablo de mi experiencia y por eso seguro, muchas marcas no se arriesgan a dar más de “el qué del marketing digital”, por todavía no se animan a llevar las estrategias a la acción y a crear sus propias tácticas.

Trabajaste en el área de mercadeo y comunicaciones de importantes empresas, ¿cómo fue ese paso de empleada a emprendedora?

Como todo cambio o paso grande que da uno en la vida, al principio con miedo de convertirme en una marca independiente, con ese “síndrome del impostor” hablándome de vez en cuando al oído. Pero a medida que avanzaba y lograba algún objetivo o meta a corto plazo, comprendía que todo lo que me proponía lo estaba alcanzando. Eso me demostraba que no existiría nada que bloqueara mi camino para llegar a las metas a largo plazo.

La motivación y la educación constante han sido la clave, y obviamente aprender de los errores. Son malos momentos, pero créeme que sin las experiencias que ellos

me dejaron yo no estaría donde estoy ahora. Comprender que tenía que dejarme ayudar y escuchar los consejos de los demás también fue un punto clave en esa transición. Yo comencé con mi blog por un consejo y gracias a ese consejo mira dónde estoy.

Los sueños sí se alcanzan, pero al principio deberás comprender que, sacrificarás dinero y tiempo... Pero gracias a la constancia esto a la larga será muy recompensando.

Te especializas en el diseño de productos y ofertas a través de la metodología E²: negocio estable y escalable, creada por ti, ¿En qué consiste? ¿Cuál es el factor diferenciador que hace de ella y de tu marca personal un éxito en el mercado?

Un negocio que de verdad todos los días rinda los frutos que tiene que dar, no consiste solamente en que todos los días genere ingresos. Consiste en que todos los días esos ingresos se conviertan en una posibilidad más de estar estable y seguir escalando.

Por eso no solo se debe pensar el presente, de: “sí, hoy vendí tanto y con eso hoy estoy bien”. No, cada ingreso que entre a tu negocio debe ser suficiente para garantizar que se cumpla con esta metodología E². Yo no quiero que mis clientes solo vendan, quiero que garanticen un negocio estable y escalable, no quiero que piensen en el presente, quiero que piensen en un futuro tranquilo gracias al trabajo que hoy están haciendo con esta metodología.

Entre la empresa de consultoría, los cursos virtuales, las conferencias, los libros y el blog, te has convertido en referente del Marketing Digital de habla hispana, ¿imaginaste cuando comenzó este sueño que ibas a tener el impacto y la influencia que tienes hoy en día?

No, de hecho, siempre lo repito. Si tú me hubieras dicho en el 2013 que yo hoy tendría un equipo de más de 40 personas no te hubiese creído. Si me decían que iba a ser CEO de una empresa de marketing digital exitosa me hubiese reído, jamás me hubiese pasado por la cabeza tener una escuela tan importante como lo es Convierte Más, y enseñar a otros profesionales, marcas y negocios a expandirse gracias a estrategias que a nosotros nos han funcionado.

Ahora lo creo, ahora es que considero posible materializar todo lo que me propongo. Y espero seguir creciendo y como siempre, desconozco el futuro porque antes no pensaba en el impacto que podría causar. Pero hoy sé qué es lo que debo hacer para que mañana pueda seguir aportando valor a mi comunidad.

Has vivido en varios países, ¿por qué decides establecerte en Miami? ¿Qué te ofrece el sur de la Florida a diferencia de España o República Dominicana?

Miami siempre había sido mi primera opción. Pero en 2009 no tenía los fondos económicos para venir, así que apliqué a una beca completa en

convierte (+)





España. Las calles de Madrid y su gente me enamoraron y decidí quedarme allí a echar raíces. Cuando sentí que había llegado a un techo decidí atreverme a volver a comenzar y nos mudamos a Miami.

Gracias a mi experiencia profesional adquirida, pude aplicar a la visa de talento y desde el 2015 estamos en una ciudad que mi esposo y yo amamos y que vio nacer a mi hija. Nos encanta de Miami la diversidad y las oportunidades para viajar internamente y poderlos seguir formando y ser mentorizados en eventos de negocios.

Lideras un equipo de 40 personas, ¿cuáles son las claves para ser un buen líder?

Aprender a delegar y escuchar. Me costó aceptar que me podía dejar ayudar y que alguien más podía hacer también un muy buen trabajo. Cuando por fin comprendí que ampliar el equipo solo traería mejores ideas y creatividad, entonces el enfoque fue aprender a escuchar y a generar confianza.

A cada integrante debes hacerle saber que es una pieza fundamental, debes motivarlo a que apueste por más y debes darle voz para que opine en pro de potenciar la empresa. Otra clave es hacerle saber que estás a su disposición para su crecimiento profesional e incluso personal, para persona que entra tengo un plan de expansión y eso es un plus más de motivación.

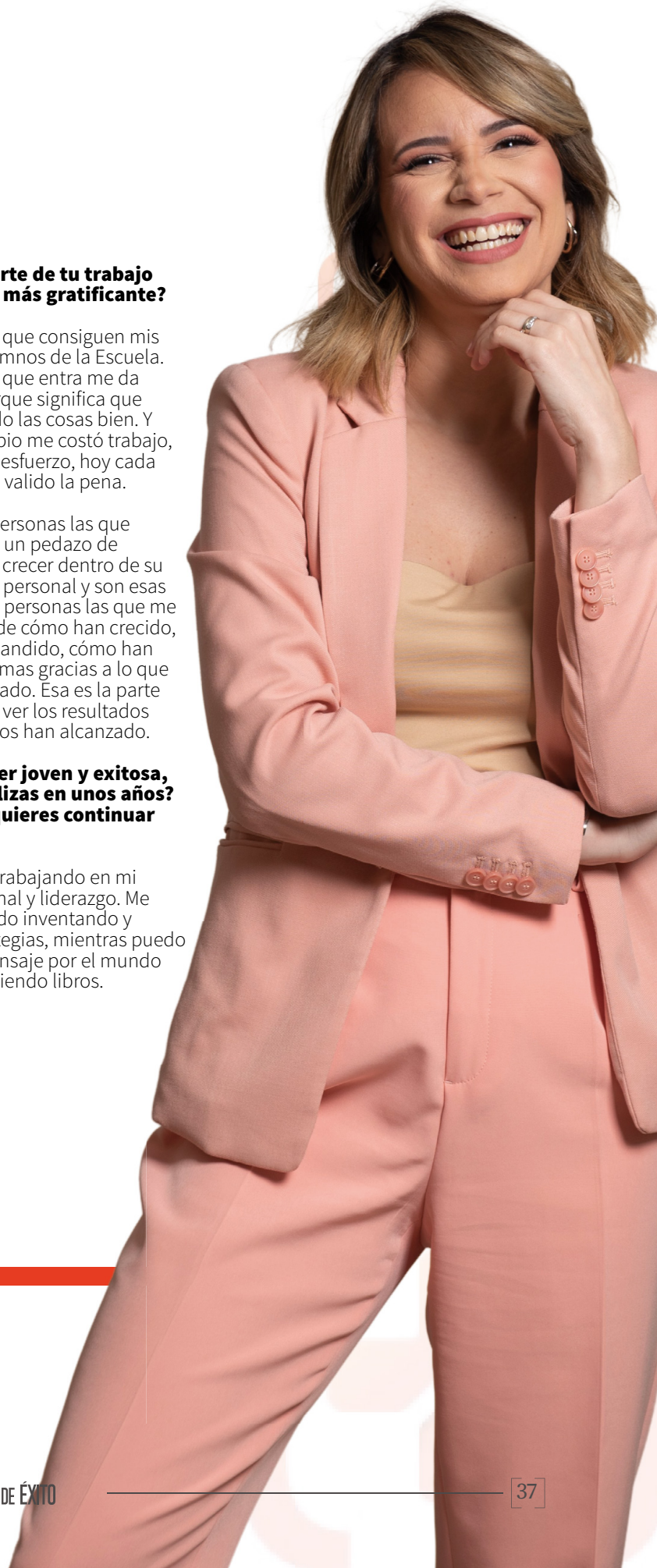
¿Cuál es la parte de tu trabajo que consideras más gratificante?

Los resultados que consiguen mis clientes o los alumnos de la Escuela. Cada testimonio que entra me da tranquilidad, porque significa que estamos haciendo las cosas bien. Y aunque al principio me costó trabajo, tiempo y mucho esfuerzo, hoy cada gota de sudor ha valido la pena.

Son miles de personas las que a diario se llevan un pedazo de experiencia para crecer dentro de su negocio o marca personal y son esas mismas miles de personas las que me dejan mensajes de cómo han crecido, cómo se han expandido, cómo han superado problemas gracias a lo que les hemos enseñado. Esa es la parte más gratificante, ver los resultados positivos que otros han alcanzado.

Eres una mujer joven y exitosa, ¿cómo te visualizas en unos años? ¿Hacia dónde quieres continuar creciendo?

Quiero seguir trabajando en mi desarrollo personal y liderazgo. Me visualizo siguiendo inventando y diseñando estrategias, mientras puedo compartir mi mensaje por el mundo viajando y escribiendo libros.





Sandra Guazzotti

Vicepresidenta de Multi Country Región de Latinoamérica

ORACLE®

Sandra Guazzotti: La fórmula del éxito

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

¿Ser mujer matizó de alguna manera ese viaje?

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

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

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

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

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

¿Crees que las mujeres son líderes innatas?

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

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

mejor preparadas para atender este tipo de situaciones de crisis.

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

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

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

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

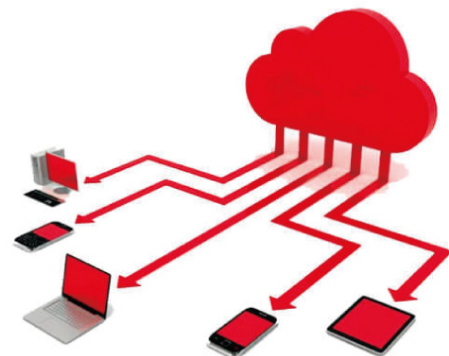
mejor calidad de vida, menos horas en la oficina, menos contaminación ambiental y, sobre todo, puso la vida humana como prioridad por sobre cualquier actividad económica. Nunca habría pensado que en un solo día podría estar dando una charla en una universidad de Valdivia, luego almorzar con mi familia,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

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

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

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

ORACLE®





nesscarmel

SPECIALIZING IN RESIDENTIAL AND COMMERCIAL



info@nesscarmel.com / 305.563.2695



Paolo Pescali

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



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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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





Camilo
Cruz

Ser líder es asumir la responsabilidad total por nuestro éxito

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

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

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

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

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



¿Se está convirtiendo Miami en una ciudad éxodo después de la pandemia?

En el primer cuatrimestre de 2021 ha continuado en ascenso la tendencia observada el año pasado, según la cual numerosos residentes de la ciudad de Miami se mudaron a otras localidades de la Florida e incluso a otras zonas de Estados Unidos, presionados por el fuerte incremento en los inmuebles, tanto de alquiler como para la compra.

Este no es un fenómeno nuevo. Según una investigación del Centro de Estudios

Metropolitanos de la Universidad Internacional de la Florida (FIU), esta situación se ha venido desarrollando desde 2010. De acuerdo con las estadísticas generales, Miami se convirtió en la cuarta ciudad de los Estados Unidos, con mayor pérdida de residentes en el último año, con cerca de 50 mil habitantes que se mudaron a otras zonas de la Florida y del resto del país.

En 2020 esta situación se aceleró debido a que con la Pandemia,

habitantes de otros estados, especialmente del norte, visualizaron a Miami con su cálido clima, como una atractiva opción, para matar dos pájaros de un tiro: escapar del invierno pandémico y de los altos impuestos. La Conferencia de Estimación Demográfica de la Florida espera que el estado gane un poco más de 300,000 residentes al año.

El Informe de Miami 2020 publicado el año pasado, reporta que la mayoría

A FAVOR



Para el presidente de la empresa de mudanzas Bekins South Florida en Fort Lauderdale, Joseph Sabga, desde 2018 más personas se han trasladado del sur de Florida a Tampa, San Petersburgo, Fort Myers, Orlando y el norte del condado de St. Lucie.

Ese tipo de movimientos aumentaron un 108% este trimestre en comparación con el mismo período del año pasado, en el apogeo de la pandemia, dijo Sabga.



Matt Haggman, líder comunitario y vicepresidente ejecutivo de One Community One Goal del Miami-Dade Beacon Council, asociación oficial de desarrollo económico público-privado del condado de Miami Dade, advirtió que si los alquileres y los precios de las viviendas suben demasiado rápido, el sur de Florida podría perder rápidamente su actual optimismo. “Para evitar un retroceso en Miami será necesaria la acción del gobierno y la inversión del sector privado para mantener la ciudad a un precio asequible”.



El emprendedor y actor Oscar Escobar, residente en la ciudad desde hace 6 años, considera que es una situación agrídulce, porque aunque se evidencia la reactivación económica en la ciudad. La gran demanda del sector inmobiliario ha inflado los precios, los cuales muchas veces se vuelven prohibitivos para los residentes de la ciudad y por eso se ven forzados a mudarse, dejando atrás nexos familiares y laborales. De igual forma, el trabajo online ha posibilitado que muchos se muden a zonas más económicas sin necesidad de perder sus empleos.

de los nuevos inquilinos provienen de áreas con altos impuestos como Boston, California y Chicago, además de Nueva York, New Jersey y Connecticut. Según un reporte de agosto 2020 de la firma inmobiliaria Douglas Elliman, los nuevos contratos para viviendas unifamiliares y condominios se duplicaron en cinco condados de la costa sur y centro oeste de Florida.

Frente a estos datos, se plantea entonces la interrogante ¿Se está convirtiendo la ciudad de Miami en una ciudad de éxodo para sus residentes y en contraposición está representando una gran oportunidad para personas provenientes de otros estados de la Unión, e incluso para inversores extranjeros?

EN ALZA

El precio medio de venta en el área de Tampa Bay en marzo fue de \$300,000, un aumento del 13% en comparación con el año pasado, según datos de Tampa Realtors.

El precio de venta medio de una vivienda unifamiliar en el condado de Sarasota fue de \$379,000, un 20% más que en marzo pasado, dijo la Asociación de Agentes Inmobiliarios de Sarasota y Manatee.

En Orlando, el precio de venta medio fue de \$285,000 dólares, un aumento del 12% respecto al año anterior.

Justo al norte del condado de Palm Beach, el precio medio de venta de una casa en el condado de St. Lucie fue de \$281,153, un 15% más en un año. Fuente: Sun Sentinel. Mayo 2021

Silicon Beach

Gracias al boom de empresas y emprendimientos del sector tecnológico que se está viviendo en Miami, muchos han comenzado a referirse a la ciudad como el Silicon Beach. Esta tendencia ha aportado su cuota a mudanzas a Miami, que según la Oficina del Censo de Estados Unidos y el Centro de Investigación Pew, la Florida recibe 660 nuevos residentes al día, provenientes de Boston, California y Chicago, además de Nueva York, New Jersey y Connecticut, entre otros.

EN CONTRA

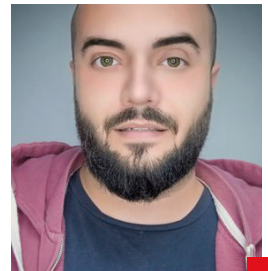
El alcalde de Miami, Francis Suárez, tiene como uno de los focos de su administración, aprovechar este momento que está viviendo la ciudad. Para ello a través de la red social Twitter, promueve diferentes proyectos -sobre todo tecnológicos. Muchos de sus numerosos tuits se han hecho virales y han llamado la atención de empresarios y emprendedores de este dinámico sector. A propósito de esta visión innovadora, la comisión de la ciudad aprobó recientemente una resolución propuesta por el alcalde Suárez para estudiar el uso de la Bitcoin, para el pago de salarios y servicios públicos.

Pese a esta posición optimista frente a los cambios que vive la ciudad, el alcalde Suárez ha insistido en la importancia que el desarrollo del sector de la tecnología repercuta en la prosperidad de los ciudadanos. En este sentido, la alcaldía destinó 40 millones de dólares a la construcción de 722 viviendas asequibles, como una medida dirigida a que sectores de menores ingresos tengan acceso a la vivienda, ante la tendencia hacia la alza del mercado inmobiliario en la ciudad.



Por su parte, el periodista venezolano Israel Barbusano, residente desde hace varios años en Miami, explicó que aunque están subiendo los precios de los alquileres en Miami eso es algo que fluctúa con mucha frecuencia y que él no puede aseverar que la gente esté abandonando del todo la ciudad.

“Los migrantes y sobre todo los venezolanos, llegan a Miami y después se van a otras ciudades porque son más económicas, pero Miami siempre ha sido más cara por su carácter turístico. Este es un país de temporadas y justamente este invierno coincidió con la pandemia, entonces como tanta gente está trabajando desde casa, residentes de ciudades que están cerradas como Nueva York, Los Ángeles, Las Vegas, Chicago vinieron porque Miami está abierto”, aseveró Barbusano.



Paola Nucci, propietaria de la compañía CUNA, con más de 10 años en el negocio inmobiliario, considera positivo todo este movimiento que se está viviendo en la ciudad de Miami. Es cierto que la demanda del sector inmobiliario ha impactado los precios de las viviendas, pero el saldo es positivo, porque ciudadanos de estados como Virginia, California y Nueva York están viniendo a vivir y a formar empresas en nuestra ciudad y están pagando altos precios con los ojos cerrados, muchas veces de contado. Los costos de Miami son bajos en comparación a los de las ciudades de procedencia.

“Están viniendo personas del mundo de las startups y de las criptos; inversionistas y ejecutivos que con la pandemia trabajan de manera online. Además, algunos que tenían casas han regresado buscando nuevas oportunidades en Miami. A pesar de que muchos residentes se han mudado, la ciudad está creciendo en cuanto a su población, está creciendo el tráfico, incluso es común ver numerosos carros con placas de otros estados”, indicó la emprendedora.



Impulsado por el boom del sector tecnológico en la ciudad de Miami, un empresario que se sumó a la lista de los inversores en Miami fue Keith Rabois, quien anunció su traslado a esta ciudad vía twitter en enero de este año. Un mes después tuiteó que había “conocido a más gente interesante en Miami en 3 semanas, que en todo 2020 en la zona de la Bahía [de San Francisco]”.





Lo que necesitas saber para empezar tu negocio en Miami

Por Ámbar Román

Miami se ubicó en el 4to lugar en el Índice de ciudades de la inmobiliaria de lujo Barnes, destacando como una de las urbes más tranquilas o con un mayor entorno natural. Esto la mantiene como un destino potencialmente acertado al momento de invertir.

El turismo, el sector inmobiliario y la gastronomía son las primeras opciones de inversión en Miami. Si ya sabes en qué ramo vas a emprender, te recomendamos investigar todo lo necesario respecto a planificación, entorno legal y otros aspectos claves.

Tener recursos no es suficiente

Si eres un emprendedor con abundantes recursos monetarios y una gran visión de negocio, probablemente creas que eso basta, pero la verdad es que necesitas algo más si quieres que tu empresa tenga cimientos sólidos y perdurables en el tiempo.

Afortunadamente, el gobierno de Estados Unidos ofrece una gama de opciones para que pequeñas, medianas y grandes empresas estén seguras, de hecho, pone a disposición recursos de agencias federales para ofrecer oportunidades de capacitación, financiamiento, beneficios tributarios y cómo asesoramiento para evitar fraudes, entre otros.

La Small Business Administration (SBA) es el mejor recurso para ayudarte con la planificación de tu negocio y programas de préstamos para pequeñas empresas. En su web www.sba.gov ofrecen apoyos vitales para tu emprendimiento:

Asesorías: Apoyo en cuanto a necesidades de capacitación, planificación y estrategia empresarial.

Cursos de negocios gratuitos: En conjunto con organizaciones sin fines de lucro, la SBA ofrece cursos gratuitos por internet que cubren temas relevantes para los nuevos empresarios; por ejemplo, planes de negocio y marketing, organización empresarial, contabilidad, impuestos y mucho más.

Centros de desarrollo: El Programa de los Centros de Desarrollo Empresarial (SBDC, por su sigla en inglés) de la Small Business Administration ofrece ayuda en todas las etapas de la planificación de un negocio. Hay centros en cada estado del país que se enfocan en los mercados locales y las necesidades de cada cliente.

Aspectos legales a considerar

De acuerdo con Francis Vallenilla, especialista en negocios, para constituir una empresa en Miami debes seguir los siguientes pasos.

- Escoge un nombre y verifica que esté libre en los registros de las corporaciones en el Estado de la Florida.
- Debes tener una dirección física.
- Decide qué tipo de compañía deseas conformar. Hay diferentes modalidades:
 - Propietario Único (Sole Proprietorship)
 - Asociación General (General Partnership)
 - Asociación con Responsabilidad Limitada (Limited Liability Partnership)
 - Asociación Limitada (Limited Partnership)
 - Corporación C (C Corporation)
 - Corporación de Negocio Pequeño (Small Business Corporation/S-Corp)
 - Compañía de Responsabilidad Limitada (Limited Liability Company o LLC)
 - Compañía de Responsabilidad Limitada Profesional (LLLP)
 - Empresa Conjunta (Joint Venture)
 - Entidad Sin Ánimo de Lucro (Non Profit)
- Verifica todos los requisitos legales en www.sunbiz.org

A tener en cuenta

En la planificación de tu negocio debes considerar la investigación de mercado y el análisis competitivo. Con estos dos aspectos lograrás evaluar el comportamiento de los consumidores y podrás reducir riesgos.

Para ello, puedes apoyarte con la lista de investigación de recursos que ofrece la SBA, donde podrás acceder a estadísticas, indicadores y otros datos que son claves para los negocios en Miami, sobre todo para evaluar tus mejores oportunidades en la ciudad.



El presidente Rosenberg recibe una calificación de desempeño 'superior' por parte de la Junta de Fideicomisarios Campus y comunidad

Mark B. Rosenberg

Presidente Fideicomisarios de la FIU

La Junta de Fideicomisarios de la FIU votó unánimemente el miércoles para otorgar al presidente Mark B. Rosenberg una calificación de desempeño "superior" por sus logros y liderazgo durante el año académico anterior.

Con una calificación "superior", los miembros de la junta acordaron que el presidente Rosenberg superó las expectativas de desempeño de manera consistente y uniforme e hizo una contribución única o significativa mucho más allá de las expectativas de desempeño a través de logros notables y un desempeño que marca el ritmo.

"A pesar de las dificultades que enfrentan las universidades en todo el país debido a la pandemia de COVID-19, el liderazgo del presidente Rosenberg ha impulsado a FIU a seguir cumpliendo y superando sus objetivos", dijo el presidente de la Junta Directiva, Dean C. Colson. "Su clasificación superior es un testimonio de su liderazgo y visión audaz hacia el objetivo final de hacer de FIU una de las 50 mejores universidades públicas".

Colson también mencionó que recientemente habló con el presidente de la Junta de Gobernadores, Syd Kitson, quien se hizo eco de los sentimientos de los fideicomisarios de FIU con respecto al desempeño de Rosenberg.

Entre algunos de los logros destacados durante un período de un año (desde el año académico 2018 - 2019 hasta 2019 - 2020) se encuentran:

La tasa de graduación de cuatro años de FIU para estudiantes de tiempo completo aumentó a la tasa más alta en la historia de la universidad con un 49 por ciento.

El porcentaje de graduados con títulos de licenciatura empleados y / o que continúan su educación un año después de la graduación aumentó a más del 72 por ciento.

Los salarios medios de los graduados con títulos de licenciatura empleados a tiempo completo un año después de la graduación también aumentaron en \$ 1,200.

El costo promedio para los estudiantes por título universitario disminuyó en más de \$ 4,000.

El número de estudiantes de pregrado de la beca Pell matriculados durante el otoño de 2020 aumentó a casi el 60 por ciento.

El número de candidatos postdoctorales aumentó de 242 a 260.

"Es un placer y un honor para mí liderar un equipo talentoso y comprometido en FIU que pone a los estudiantes primero y es implacable para llegar a la cima", dijo Rosenberg. "Este año superamos desafíos sin precedentes, graduamos a más estudiantes que nunca y mejoramos nuestra clasificación nacional en varias áreas clave".



ECO SHOP

Based in USA & Vzla
WORLDWIDE SHIPPING

Solo concibo liderar desde la comprensión y confianza

Julissa Nova

habla sobre su experiencia al frente de un equipo en el que las mujeres son mayoría

The Real Prism no deja de sonar. El grupo de WhatsApp reúne a 15 chicas que, desde Guatemala, Costa Rica, Venezuela, República Dominicana, Panamá o Miami conversan sobre el tiempo, la política, la familia o se felicitan los días de las madres o Navidad. A veces ponen las cámaras para un brindis colectivo. Julissa Nova las reta. Suele ser ella la que empieza un tema banal para aligerar la carga del día. “Somos como una gran familia. Por supuesto que hemos tenido y tenemos hombres en la empresa, pero por alguna razón las mujeres hemos sido mayoría. Y no ha existido una experiencia más enriquecedora desde todos los puntos de vista, que liderarlas”, asegura.

Julissa Nova se graduó en e 2001 de Mercadeo y Administración de Empresas y, después de 20 años en el mundo del marketing y las comunicaciones, el virus emprendedor tomó forma y nombre: Prism Group. La agencia de relaciones públicas con base en Miami ha tenido en su portafolio a AOC, Alcatel, BEBE, CABIFY, Aveva, Royal Caribbean, Samsung, Lexmark, Daikin y Acer, por solo nombrar algunas. “Soy una privilegiada. La vida me ha regalado la posibilidad de trabajar con profesionales increíbles, que le han dado visibilidad a la agencia dentro de la industria y, lo más importante, han construido una nueva familia alrededor de ella”.

¿Cómo es liderar un grupo de mujeres?, le preguntamos. “Me encanta trabajar con mujeres, Hay muchas cosas que nos unen y que parten de experiencias comunes. Además, compartimos ciertas habilidades como la empatía, inteligencia emocional, el saber escuchar, nuestra capacidad de adaptación. Una vez leí en algún lugar que la inteligencia colectiva de los grupos pequeños aumenta cuando hay más mujeres en ellos. Y creo totalmente en ello”, asegura.

Quando se manejan cuentas importantes y proyectos de gran magnitud, hay que estar preparada para resolver las complejidades de cada situación. “Tenemos una crisis un día sí y uno no. Y eso demanda mucho de quien está al frente de un equipo. Además, exige una alta cuota de confianza para lograr resultados en situaciones de gran estrés. En Prism tenemos equipos pequeños y autónomos, con poder de decisión. Eso ha agilizado el trabajo y la toma de decisiones. Es importante que las personas que están a tu lado también lideren”.

Julissa puede hablar, además, a partir de la experiencia de tener bajo su batuta empleados de diferentes partes de Latinoamérica: “La diversidad enriquece a cualquier equipo. Eso aflora cuando nos reunimos para un brainstorming o estamos solucionando juntas alguna crisis. La pandemia ha sido terrible, pero también nos ha enseñado nuevas maneras de hacer las cosas. En este tiempo hemos creado, en base a una situación muy grave como lo ha sido el COVID -19, una empatía única. Nos conocemos más allá de nuestros roles en la empresa, nos hemos dado seguimiento en lo personal y hemos sido apoyo cuando alguna ha atravesado algún problema familiar. Solo concibo liderar desde la comprensión, humanidad y confianza. Esa es la primera fórmula si quieres ser un líder exitoso”.

Art Circuits: Por amor al Arte

El gran amor por el arte y la comunicación encontraron un lugar común a través de una creativa guía de arte digital única en Miami: Art Circuits.

Miami Art Week, Miami Art Fairs, museos, galerías de arte, colecciones privadas, residencias y estudios de artistas, son los lugares que se pueden encontrar a través de esta creativa propuesta nacida en 2003 y que desde entonces, no se ha detenido.

Su fundadora, Liana Pérez, es una de esas personas tan comprometidas con su trabajo que cuando habla, contagia la pasión que tiene por su labor. En sus venas lleva una mezcla de culturas que probablemente son el secreto de su realización personal, ya que es cubana de nacimiento, vivió en Venezuela por muchos años y hoy es ciudadana estadounidense.

En entrevista para esta edición de Factor de Éxito, Liana comentó que profesionalmente se especializó en comunicación corporativa y junto a dos amigas y socias fundó en Caracas la exitosa empresa de relaciones públicas Estima Comunicaciones, que durante más de 20 años atendió importantes marcas locales e internacionales.

Además, el vínculo con fundaciones y grandes publicaciones relacionadas con el arte, hizo que a su llegada a Miami se percatara de que no había ninguna revista o guía que compilase la información sobre lo que estaba ocurriendo en las galerías y museos de Miami.

Miami como destino cultural

Liana estaba muy consciente de que quería dedicarse a trabajar en algo que amara, la mezcla del arte y la comunicación fue clave en su siguiente paso: escribió cartas a Art Basel, Art Miami y a la Asociación de Galerías de Arte.

“¡Ocurrió algo maravilloso! Ilana Bardi, la directora de Art Miami en ese momento, se comunicó con el vicepresidente de Turismo y le dijo

Liana Pérez
Fundadora de Art Circuits

que Miami necesitaba una publicación de esta naturaleza para poderla llevar a las ferias en diferentes partes del mundo y atraer personas a Miami como destino cultural”, narró Liana con entusiasmo.

El primer paso fue hacer una revista impresa cuya periodicidad era mensual, luego abrió home office algo bastante innovador 18 años atrás.

Posteriormente la guía evolucionó a una página web, a través de la cual se envían newsletters a sus más de 12.000 suscriptores todos los jueves de cada semana. En el contenido se encuentran los museos y galerías que tengan actividades durante el fin de semana.

En Miami, según explica Liana Pérez hay unos 20 museos. “Miami tiene algo extraordinario y esto es que importantes coleccionistas de arte abrieron sus propios museos, entre los cuales están principalmente, el Rubell Museum, el de Jorge Pérez que se llama El Espacio 23, el De la Cruz Collection y el The Margulies Collection at the Warehouse. Son todas colecciones de arte contemporáneo que todos deben venir a Miami a disfrutarlas”.

La pandemia una oportunidad
Al preguntarle a Liana sobre el

reto que representó el impacto de la llegada de la COVID-19 en su trabajo, su respuesta es un efusivo “¡fue fenomenal!”, porque a pesar de ser una crisis global lamentable, ella tuvo la afortunada oportunidad de reinventarse.

“Se me ocurrió la idea de hacer una guía digital con un video en cada página, la cual alojé en el sitio web de Art Circuits. Posteriormente envié el enlace a todos los suscriptores como regalo de Navidad, para que disfrutarán actividades relacionadas con el arte, que se estaban realizando en Miami en ese momento”, comentó.

Como parte de este proyecto, esta decidida emprendedora armada con su mascarilla y su creatividad, visitó diferentes museos, para demostrar a través de los audiovisuales la seguridad de visitar los espacios de arte, aún en tiempos de pandemia.

“Empecé a hacer Art Trek que son paseos de arte y eso fue una absoluta felicidad, porque toda la semana iba a galerías y museos; pero además, salía caminando por la calle y había arte en espacios públicos. Todo me servía debido a que era una manera de educar por una parte, pero demostrarle a las personas que podían salir con sus hijos el fin de semana y ver cosas bonitas, porque el arte lo

pone a uno de buen humor”.

Liana relata cómo logró conectarse con tantas personas, reiteró que como no tenía oficina sus encuentros eran la librería Books and Books y entre libros y mucho café, su vida se abrió al fantástico camino de la reinención. “Yo estoy muy contenta con lo que estoy haciendo, fue una gran decisión. Yo llegué aquí y empecé una vida nueva”, describió.

“Las comunicaciones han sido lo más importante de mi vida y entonces encontré como yo podía comunicar esto tan bello y hacerlo de forma sencilla. A veces los curadores de arte escriben con unas palabras elegantísimas, pero que realmente no te dicen el motivo para visitar esos lugares especiales. Entonces yo digo a qué hora es, dónde es, cuánto vale, todas esas cosas; porque es una guía y no una revista.”

Esta amante de la comunicación del arte recomienda “buscar el arte que te hable a ti” y como emprendedora, aconseja a cualquier persona que empiece un proyecto, elegir algo que realmente le guste.





Martin Melo y Carlos Melo

Coopresidentes La urbanizadora Melo Group

Miami tendrá nueva torre de 57 pisos para viviendas

La compañía urbanizadora Melo Group construye Downtown 1st en 22 SW 1st en Miami y se espera sea terminado a finales del 2022.

MIAMI- Melo Group comenzó la construcción del Downtown 1st en 22 SW 1st Street, el desarrollo multifamiliar más nuevo de la firma en el Distrito Comercial Central (CBD) del centro de Miami.

Desde su llegada a Miami desde Argentina en el 2001, Melo Group ha sido una fuerza impulsora detrás del resurgimiento inmobiliario del centro de la ciudad con una cartera completada de más de 6,000 unidades en la última década y media; más de una docena de edificios multifamiliares y condominios de lujo en las zonas urbanas de Edgewater, Miami river y el Distrito de Arte y Entretenimiento de la ciudad.

La torre de 57 pisos incluirá 560 apartamentos de alquiler a precio de mercado con 10,000 pies cuadrados para oficinas y 3,000 pies cuadrados de espacio comercial en la planta baja, con lo que activa un área del centro de la ciudad que ha estado desatendida durante años.

La nueva edificación de la firma Melo Group en Miami traerá nuevos residentes, mejor accesibilidad para peatones y viviendas a precios asequibles que tanto se necesitan.

La construcción del Downtown 1st debe terminarse antes de que concluya el 2022 e incluirá apartamentos de una, dos y tres habitaciones. Las unidades contarán con balcones de cristal con

vistas a la bahía y a la ciudad, puertas correderas de piso a techo, vidrio teñido de bajo consumo, gabinetes de cocina y baño de estilo europeo, mesetas de cocina de granito, electrodomésticos de acero inoxidable, amplios salones y comedores, azulejos cerámicos y pisos de madera laminada, además de lavadoras y secadoras.

Las comodidades del edificio en el centro de Miami incluirán dos piscinas, gimnasio totalmente equipado, centro de negocios moderno, sala social y sala de juegos, seguridad las 24 horas, y un garaje seguro de varios niveles con servicio personalizado.

“Somos edificadores en el Distrito Central de Negocios del centro de Miami. El principio rector de nuestra firma siempre ha sido construir para satisfacer la demanda del mercado. Ahora, como nunca antes, vemos a personas necesitadas de vivienda de buena calidad y a precios accesibles en lugares convenientes, transitables y urbanos cercanos a sus empleos y al transporte público gratuito”, dijo Carlos Melo, codirector del Grupo Melo.

“Aunque hay un montón de nuevas torres residenciales en aumento a través de Miami, hay muy pocas opciones de precio moderado”, agregó Martin Melo, también codirector de la firma. “Nuestros edificios en el Distrito Central de Negocios ayudan a llenar ese vacío”.

Downtown 1st marca el segundo proyecto de Melo Group en el distrito central de negocios del centro de Miami, donde se espera que la

empresa entregue casi 2.500 unidades residenciales en los próximos dos años.

Por otra parte, el prearrendamiento se encuentra en marcha para las torres gemelas Downtown 5th de 52 pisos, el proyecto multifamiliar más grande que se construirá en el CBD, que entregará 1.042 unidades de alquiler una vez que se complete este verano.

Melo también planea un tercer desarrollo multifamiliar en el área denominada Downtown 6th, que incluirá hasta 800 unidades de alquiler.

El enfoque de Melo Group en el Distrito Comercial del centro de Miami llega después de transformar áreas que alguna vez fueron desatendidas en comunidades prósperas con miles de unidades para renta a precios según el estándar de vida actual.

En el 2020, la firma entregó un total de 2,300 unidades residenciales en el Distrito de Arte y Entretenimiento de Miami en apenas cuatro años. Las seis torres multifamiliares, ocupadas totalmente, están agrupadas alrededor de la estación Schoolboard Metromover de Miami-Dade y conectadas por un paseo comercial y de restaurantes.

Melo Group también revitalizó el enclave Edgewater con casi una docena de torres residenciales, un vecindario que en su mayor parte estaba en ruinas y que hoy se erige como uno de los vecindarios frente al mar más exclusivos de Miami.



LIDERAR ES JUGAR JUEGOS GRANDES

Por: Arianna Martínez Fico

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

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

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

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

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

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

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

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

pero me atreveré a mencionar algunos componentes que considero esenciales:

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

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



BUYING AND SELLING GOLD
WWW.ROESGOLD.COM
@ROESGOLDMIAMI



UN LÍDER... ¿NACE O SE HACE?

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

¿A quiénes incluirías tu?



Formación
en
emprendimiento

Mujeres
ROFÉ 



Fundación ROFÉ
- Impulsamos ideas de impacto social -



Formación
en
tecnología



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



Síguenos



www.tocaunavida.org



LOS CONEXUMIDORES Y SUS DIEZ CARACTERÍSTICAS CLAVES

Por: Andrés Silva Arancibia

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

experiencia de cliente realmente es lo más importante para ellos.

Demandantes de atención, contenido y productos personalizados.

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

Comparadores experimentados e inteligentes.

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

Buscadores de comodidad

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

Tienen un corto intervalo de tiempo de atención.

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

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

Demandantes de rapidez en la atención y disponibilidad del producto.

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

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

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

Valoran los procesos que son fáciles e intuitivos.

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

Son hiperconectados y tecnológicamente dependientes.

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

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

Innovadores y adoptadores tempranos de bienes y servicios

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

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

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



CONVERSAR ES LA MEJOR ESTRATEGIA PARA LIDERAR EN TIEMPOS DE CONTINGENCIA

Por: Gabriela Ibañez

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



**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](https://www.linkedin.com/company/tcmpartners)



[@TCMpartners](https://www.facebook.com/tcmpartners)

www.tcmpartners.com



¡ RED SOCIAL PROFESIONAL PARA COMPARTIR Y ENCONTRAR PUBLICACIONES DIGITALES !



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

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

Siente el confort y la seguridad
que te ofrece un líder



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

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

