

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

MIAMI



@RevistaFactordeExito
Revista Factor de Exito
www.revistafactordeexito.com
@RevistaFDE

La inversión inmobiliaria
está en un momento único

Daniel García Chajín

Presidente UTOPIA DEVELOPMENT

Transformación digital, el gran desafío
para el liderazgo responsable

Cada empresa familiar es
un mundo en sí mismo

Raúl Serebrenik

Fundador y presidente Fecig

El objetivo más
importante de la
Transformación Digital es
innovar

Wilbert Moreno

Ingeniero en Sistemas y CEO del
Grupo Microsoft, Celeritech

La experiencia omnicanal
es clave para lograr más
clientes

Nicolás Maslowski

EVP Membership & Analytics
PriceSmart

GENTE DE ÉXITO

El buen líder trabaja
a puertas abiertas

Álvaro Fernández Caballero

Propietario de Technology OTS LLC

Isabel Figueroa de Rolo
CEO y Directora Editorial Factor de Éxito

El cambio ocurrió y ya no es opcional

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

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

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

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

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

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

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

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



contenido



La inversión inmobiliaria está en un momento único

pág. **12** | **Daniel García**
Presidente de Utopia Development



La experiencia omnicanal es clave para lograr más clientes

pág. **20** | **Nicolás Maslowski**
EVP Membership & Analytics PriceSmart



Cada empresa familiar es un mundo en sí mismo

pág. **24** | **Raúl Serebrenik**
Fundador y presidente de Fecig, Family Enterprise Consulting International Group



El objetivo más importante de la Transformación Digital es innovar

pág. **28** | **Wilbert Moreno**
Ingeniero en Sistemas especializado en la innovación de negocios con la Transformación Digital basada en SAP y el CEO del Grupo Microsoft, Celeritech



gente de éxito

El buen líder trabaja a puertas abiertas

pág. **44** | **Álvaro Fernández Caballero**
Propietario de Technology OTS LLC



empresariales vip

idom **30 Aniversario**

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

directorio

▶ **Revista Factor de Éxito Miami**
Número 6, Año 2



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

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo y Ventas:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones Internacionales:
Jacqueline León

Directora de Comunicaciones:
Siddhartha Mata

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Periodista:
Isamar Febres

Asesor comercial:
Rosely Matos

Contenidos web:
Roberto Rolo

Content Manager:
Gabriela Alfonso

Diseño y Diagramación:
Luis Gota

Webmaster:
Juan Rebolledo

Portada:
Daniel García Chajín
Presidente UTOPIA DEVELOPMENT

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

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

Instagram: @RevistaFactordeExito

Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito

www.revistafactordeexito.com

Sede Principal:
Factor de Éxito Rolga Group SRL
RNC 1-3135817-9
Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro. Nivel 3.
Local C-6.

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

Revista Factor de Éxito República Dominicana
info@revistafactordeexito.com

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

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

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

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

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

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

El buen líder trabaja a puertas abiertas

El empresario asegura que, en un mundo tan cambiante, la información es crítica para poder tomar decisiones en tiempo real y, por ello, un líder debe estar informado acerca de lo que ocurre en su mercado y en el mundo

Álvaro Fernández Caballero
Propietario de Technology OTS LLC



Tener más de 30 años de experiencia en Tecnología de la Información (TI), es suficiente para que Álvaro Fernández Caballero, propietario de Technology OTS LLC, nos comente los cambios trascendentales que ha presentado el área en sectores como Banca, Logística, Loterías y Voto Electrónico.

Según sus palabras, la Banca se aproxima a un cambio con las nuevas normas ISO 2002022, la norma utilizada para el intercambio de datos entre bancos, y entre bancos y empresas en todo el mundo. Se desarrolló en 2004 por iniciativa de la Organización Internacional de Normalización (ISO) y se basa en la tecnología de blockchain. Su implementación brindará mayor velocidad de transacción, mejores costos para toda la cadena financiera y sus clientes, control y transparencia. La implementación regirá a partir de noviembre 2022.

En cuanto a Logística, los cambios tienen que ver con soluciones de voz y robótica. Se busca que el operario tenga las manos libres para hacer así su tarea, mientras es dirigido por un sistema automatizado vía la voz. Supermercados, grandes tiendas, depósitos y grandes fabricantes

ya implementan esta solución. Y lo que se avecina es la unificación de la Robótica con soluciones de Voz. Señala, como punto de referencia, la página web www.vocalize.eu

Fernández destaca que la Lotería lleva la delantera en todo lo que tiene que ver con la llegada al cliente online, desde apuestas deportivas hasta sistemas de casinos online. Las nuevas generaciones y los futuros apostadores utilizan su móvil como una vía para ganar dinero. “Ya pagamos las cuentas, giramos dinero, ¿por qué no apostar?”.

Votar es un derecho, y ese derecho se debe respetar y cuidar, asegura el representante. Para esto existen varias soluciones en el mercado de la tecnología que permite resguardar el voto secreto y seguro, siempre cumpliendo con los requerimientos y exigencias gubernamentales. Entre otras, destaca: las soluciones innovadoras como la VVPAT, impresora que permite mostrarle al votante su voto y luego resguardarlo hasta el momento del conteo.

¿Cree que el teletrabajo llegó para quedarse?

Sin duda hay un antes y un después del Covid, pero también existe y existió el teletrabajo mucho antes que el Covid. El sueño de antaño del estudiante recién recibido de trabajar en una gran empresa, cumplir jornadas de largas horas hasta ascender, hoy ha cambiado.

Ahora los jóvenes prefieren trabajar desde casa y administrar su tiempo. Piensan en el tiempo, y dinero que ahorran

al no tener que, por ejemplo, desplazarse para ir a la oficina. La pandemia inició y globalizó el teletrabajo en profesiones que nunca hubiéramos imaginado, la medicina, por ejemplo, con entrevistas online como primer paso de un tratamiento o forma de seguimiento del paciente.

¿Qué características debería tener el liderazgo en estos tiempos?

Muchos ven a un líder como un referente, una persona que se conoce a sí mismo, humilde, flexible, con iniciativa propia y que sabe rodearse de personas con talento.

El buen líder trabaja a puertas abiertas, con mente abierta, aceptando críticas, elogios y sugerencias. Cuando el gerenciamiento está al nivel de las exigencias del mercado, las empresas, ya sean grandes o pequeñas, logran mejores resultados.

En un mundo tan cambiante, la información es crítica para poder tomar decisiones en tiempo real. Un líder debe estar informado acerca de lo que ocurre en su mercado, pero también debería saber qué pasa en el área local, regional y, hoy más que nunca, qué está sucediendo a nivel mundial. Muchos se quedan cortos y luego sufren las consecuencias, una visión más amplia puede prevenir problemas y asegurar el éxito de su emprendimiento.

Cuéntenos de Open Technology Solutions (OTS), ¿cuál es su razón de ser y qué los diferencia en el sector que representa?

OTS nació para continuar el liderazgo y apoyo de la marca Olivetti a nivel regional. Comenzó representando la marca y dando continuidad a los negocios establecidos en 100 años de historia. Establecemos alianzas con distribuidores y revendedores para lograr solucionar los problemas que puedan tener empresas, bancos, loterías y otros, según el segmento de mercado.

Nuestras representaciones fueron creciendo en el tiempo y hoy contamos principalmente con Olivetti (productos Bancarios), KFI (soluciones de Logística y Voto Electrónico), Tipro (Soluciones de Dispatch para 911).

OTS ha logrado importantes referencias a nivel local e internacional que nos permiten demostrar la capacidad de adaptación y colaboración para lograr la mejor solución, junto a nuestros partners.

Además, OTS es un aliado estratégico que busca adaptarse a todo tipo de requerimientos, ya sea en tiempo o volumen de venta. Tal como lo indica nuestro nombre: Open Technology Solutions, nuestra meta es encontrar soluciones para los requerimientos de nuestros clientes, al mejor costo y con menor adecuación.

Por ejemplo, en el área de solución de voz: hoy un cliente logístico puede implementar una solución de Voice Picking a mitad del costo, con una solución más moderna de conectividad con su sistema de WMS. En poco tiempo, el cliente puede tener la terminal instalada e integrada con sus sistemas.

¿Qué aspectos del marketing de ventas son indispensables para que una compañía logre el éxito?

Hoy hay que estar presente en todos los medios, Social Media,

Radio, TV, Revistas, Podcasts. Desde luego que el manejo de las campañas debería estar focalizado y segmentado según el producto. No todos los productos sirven para todos los medios y es ahí donde el grupo de marketing tiene que ser muy eficaz para determinar los mejores alcances y retornos.

Tenemos una larga trayectoria trabajando codo a codo con nuestros clientes, generando soluciones, lo que nos permite usar el canal del boca a boca, de las referencias y recomendaciones, y todo debido a la buena reputación de nuestro nombre en el mercado. Nos gusta trabajar con el cliente, brindarle nuestro tiempo, escucharlo y trabajar en conjunto para implementar las soluciones que generen un crecimiento en su empresa.

Algunas de las preguntas que los proveedores se hacen, o deberían hacerse al brindar un servicio, son las siguientes:

- ¿El producto resuelve una necesidad?
- ¿Qué tan fácil puedo llegar al cliente que lo necesita?
- ¿De quién dependo para fabricarlo?
- ¿Necesita soporte pos venta?
- ¿Necesita el cliente entrenamiento?
- ¿La venta es única o recurrente?
- ¿La venta es directa o vía intermediarios?
- ¿El éxito solo depende de nosotros o terceros?

En un mundo tan globalizado hay que estar pendiente de todas estas respuestas, y podría seguir agregando preguntas:

- ¿Dónde se fabrica el producto?
- ¿De dónde salen los componentes?

Una falla puede hacer quebrar al más exitoso. Si no tengo los componentes necesarios para fabricar ya sea el pan, una computadora, un auto, eso puede frenar toda la cadena de industrialización y es, justamente, debido a la globalización. Esto lo vivimos con la pandemia, el bloqueo del canal de Suez y ahora con la guerra en Ucrania. La mínima interferencia genera un efecto dominó en toda la cadena. Da para un libro....

¿Puede recomendar algunos tips para lograr llevar un negocio tradicional al desarrollo de negocios multicanal?

Es una combinación de factores, que van desde el uso de la experiencia, plantearse hacia dónde va la empresa, proyectar, planificar, contratar personal con cualidades de liderazgo, buscar competitividad en los precios, crear alianzas estratégicas. Y, además, como venimos diciendo, crear una plataforma IT.

¿Por qué es tan valioso para emprendedores y empresarios consolidados invertir en asesorías?

La experiencia, el haber trabajado una, diez, cientos de veces en brindar esas mismas soluciones a negocios similares nos hace aptos para poder asesorar. Ya hemos vivido el "prueba y error". Estamos un paso adelante en lo referente al conocimiento del mercado, todo eso hace que el asesor pueda elegir las mejores soluciones para proponerle al emprendedor.