



Enfoca tu 2023 con estas ideas poderosas

Ponte en movimiento y supera tus
propias expectativas





Innovación

Bienestar empresarial

Sostenibilidad

¿Ya estás escribiendo tus propósitos para el nuevo año?

Si dentro de tus metas está ser relevante en todo lo que emprendas, no te puedes perder estas reflexiones que nos compartieron los destacados expertos en temas de innovación, liderazgo, bienestar empresarial y sostenibilidad que participaron en el World Business Forum Bogotá 2022.

Tus ideas pueden cambiar el mundo, así que abre tus horizontes y ponte en acción.



Innovación



MAGNUS SCHEVING
Equipos de alto rendimiento



URI LEVINE
Emprendimiento e innovación



MARK ROBERGE
Marketing y ventas

Sostenibilidad



MUHAMMAD YUNUS
Empresas sociales

Bienestar empresarial



MARCUS BUCKINGHAM
Liderazgo



LAURA HUANG
Diversidad y talento



SANTIAGO ÁLVAREZ
Gestión de personas



SYLVIA RAMÍREZ
Self-management



Innovación



Magnus Scheving

Emprendedor. Creador, director y protagonista de la globalmente exitosa serie infantil Lazy Town.

Equipos de alto rendimiento

Lección #1

No tengas miedo al fracaso: si quieres incrementar tu tasa de éxito duplica tu tasa de errores.

Lección #2

Debemos estar abiertos a todas las ideas: el consciente recibe pocas ideas, pero el subconsciente procesa miles.

Lección #3

Lidera con método, actitud y pasión. La gente puede escuchar tu música y sentirla: ¿cuál es tu banda sonora como líder?

“Cometí un error cuando comencé a gerenciar mi compañía: pensé que debía liderar a todo el mundo desde mis paradigmas personales, desde lo que me gusta y lo que me parece a mí. Pero, debemos entender a los demás para liderarlos mejor”.





Uri Levine

Fundador de Waze y emprendedor en serie. Encabeza el fondo de desarrollo de empresas “The Founders Kitchen”.

Cómo convertir una idea en un negocio de un billón de dólares

Lección #1

El emprendimiento inicia con una fuerte emoción, uno puede encontrar algo que ama o algo que odia, y buscar el coraje para cambiarlo. La clave está en enamorarse del problema, este será la estrella norte para encontrar la solución.

Lección #2

La mayoría de *startups* se mueren por una razón: porque no investigaron cómo encaja el producto en el mercado, el valor que tiene para las personas. Entender la adecuación del producto en el mercado es el primer paso del viaje, sino morimos.

Lección #3

Una vez encuentres el valor del producto no lo cambies. Puedes mejorar para hacerlo más potente, pero no cambies la perspectiva del usuario. El proceso será dramáticamente rápido cuando sales al mercado sin ser perfecto, porque así puedes obtener la retroalimentación de los usuarios para construir juntos y hacer ese valor más potente.

“Existen corporaciones que no son disruptivas porque para ser disruptivo hay que empezar con un postulado: lo que sea que estamos haciendo está mal. Por eso es más común que surjan de personas que no tienen nada que perder. Disrupción es cambiar el equilibrio del mercado.”



Mark Roberge

Experto en estrategia comercial digital. Fundador de Hubspot. Profesor de Harvard Business School y autor del libro “The Sales Acceleration Formula”.

Marketing y ventas digitales

Lección #1

Para vender es necesario conocer la perspectiva del consumidor. Y estas son sus fases en el proceso de compra digital:

1. Concientización: ¿cómo se da cuenta el comprador de que necesita solucionar un problema?
2. Consideración: ¿cómo encuentra el comprador las posibles soluciones a su problema?
3. Decisión: ¿con qué criterios elige dónde comprar? ¿quién está involucrado en la decisión?
4. Éxito: ¿cuándo debe estar disponible la solución para ese comprador?

Lección #2

Un estudio realizado por Hubspot (el software de marketing) encontró que en un equipo de ventas es vital que los vendedores cuenten con estos 5 atributos, principalmente, para lograr el éxito: curiosidad, inteligencia, trabajo ético, éxito previo y apertura al entrenamiento.

Lección #3

Realiza una presentación de ventas memorable con solo 7 diapositivas: **1)** Recapitula el contexto del comprador. **2)** Comparte la visión de la compañía. **3)** Demuestra capacidad para resolver las necesidades del comprador. **4)** Presenta un caso alineado con el contexto del cliente. **5)** Discute el precio, la integración, el entrenamiento, etc. **6)** Indaga si tienen preguntas. **7)** Recapitula los hallazgos y ¡pregunta por el negocio!

“Las ventas no son algo mágico. Los procesos y los datos pueden hacer que las ventas sean predecibles y escalables.”



Sostenibilidad



Muhammad Yunus

Canador del Premio Nobel de la Paz en 2006. Fundador del Grameen Bank, empresa social de Bangladesh, que reinventó el acceso a la financiación para los más pobres.

Empresas sociales

Lección #1

Es prioritario construir una nueva civilización, solucionando tres problemas principalmente: calentamiento global, concentración de la riqueza y desempleo.

Lección #2

Negocio social significa: un negocio para resolver problemas de manera sostenible, no solo para conseguir dinero. ¿Es realista que todas las empresas pasen a este modelo? Sí, pueden hacerse las dos cosas: solucionar problemas sociales y generar utilidades.

Lección #3

¿Cómo poner en práctica negocios sociales e inclusivos? Puedes empezar como Yunus, quien solo tenía un objetivo claro: ser útil, aunque fuera a una sola persona, cada día de su vida; de ese deseo nació su empresa social, el Grameen Bank. ¿Qué puede surgir si tú también te lo propones?

“Hoy en día, el marco económico que hemos construido está centrado en el dinero, en la maximización de las ganancias. Y solo nos vemos a nosotros mismos, los individuos, como beneficiarios de ese negocio. Pero los seres humanos también nos movemos por intereses colectivos, y ahí es donde nacen los negocios sociales, negocios para resolver problemas en lugar de hacer dinero para nosotros.”



Bienestar empresarial



Marcus Buckingham

Experto en el liderazgo basado en talentos y fortalezas. Autor de influyentes libros como “First, Break All The Rules” y “The One Thing You Need To Know”.

¿Cómo liderar el nuevo mundo laboral?

Lección #1

Muchas compañías piensan que el trabajo es trabajo y por eso hay que cumplirlo. Pero otros piensan que debe ser algo que nos eleve, un lugar donde haya entusiasmo. Las personas quieren encontrar significado en una compañía, por eso las empresas deben tener claro por qué contratan a sus empleados.

Lección #2

El amor es el combustible del crecimiento. ¿Cómo identificar las actividades que amas? 1) Tienes una anticipación positiva. 2) Mientras la estás haciendo el tiempo vuela, fluyes. 3) Cuando terminas de hacerla continuas con energía.

Lección #3

Ritual para poner en práctica y construir mejores equipos: habla con cada colaborador, de manera individual, 15 minutos a la semana (la constancia es clave). Y pregúntale: ¿Qué te encantó y qué no de la semana pasada? ¿Qué vas hacer esta semana? ¿En qué puedo ayudarte?

“El reto es que las personas tengan un trabajo que los apasione, así que pregúntate como líder: ¿cuánto les estás aportando a las personas que trabajan contigo?”



Laura Huang

Investigadora y profesora en Harvard Business School. Autora del libro “EDGE: Turning Adversity Into Advantage”.

Diversidad y talento

Lección #1

Desde pequeños nos enseñan que el éxito se debe al trabajo duro y el esfuerzo. Pero entre dos personas con igual talento, una puede ser más susceptible al éxito que la otra. ¿Por qué? Porque entran en juego los sesgos y percepciones.

Lección #2

Aprox. el 50% de las percepciones subyacentes sobre un individuo están basadas en elementos como el género, la raza, la clase social y otros. Estas percepciones son las que forman, en primera instancia, el sesgo. Sin embargo, es posible usar a nuestro favor el otro 50%.

Lección #3

La fórmula para convertir las adversidades en ventajas es EDGE (sigla en inglés que traduce: *Enrich, Delight, Guide y Effort*). Estos son los elementos que la componen:

Enriquecer: reconocer el valor que entregamos a otros. Va más allá del autoconocimiento, es ser consciente de qué es lo que los otros encuentran enriquecedor en nosotros.

Deleitar: todos tenemos formas auténticas de deleitar; esto es clave cuando no sabemos aún cómo podemos enriquecer a otros. Deleitar es un catalizador para demostrar cómo podríamos lograrlo.

Guiar: orientar deliberadamente las percepciones que sabemos que los demás tienen de nosotros.

Esforzarse: luego de las anteriores viene el trabajo duro: esforzarnos para lograr lo que deseamos.

“Cada percepción o atributo de una persona tiene un lado positivo y uno negativo. Podemos trabajar para convertir una percepción negativa en lo contrario, buscando cuál es la manifestación positiva de ese atributo.”



Santiago Álvarez de Mon

Autoridad en liderazgo y comportamiento organizacional. Profesor del IESE Business School. Autor de diversos libros.

Gestión de personas

Lección #1

Es diferente hablar de liderazgo a hablar de poder. El liderazgo es un viaje de adentro hacia afuera, es "el arte de influir en los demás".

Lección #2

Perder y ganar son dos orillas del mismo río. Debemos estar en paz con la posibilidad de perder y no obsesionarnos con ganar.

Lección #3

Mientras más libertad y autonomía tenemos, más disciplinados debemos ser; porque si no el ocio puede comerse al negocio.

"El ejemplo es la única forma de influir en otros."



Sylvia Ramírez

Experta en felicidad, liderazgo y productividad. Maestra en programación neurolingüística. Autora del best seller “Felicidad a prueba de oficinas”.

Self-management: liderar la felicidad

Lección #1

Lo más probable es que la diferencia entre una persona que admires y tú, sea un hábito y no una capacidad.

Lección #2

Un hábito es algo que tu cuerpo ya hace mejor que tu mente. Los hábitos determinan la calidad de nuestra vida. Tener mejores hábitos es como poner rodachinas a nuestros sueños.

Lección #3

¿Qué hábitos nos ayudan a ser felices?

- ☞ Pensamientos y sentimientos de primera categoría
- ☞ Ser respetuoso
- ☞ Fortalecer el autoestima y diluir el ego
- ☞ Saber cómo funciona la motivación
- ☞ Mantenerse imperturbable.

“La mente no es una máquina de generar ideas, es una antena que sintoniza frecuencias.”