

THE SEMINARIUM LETTER®

USA ■ COLOMBIA ■ COSTA RICA ■ PARAGUAY ■ URUGUAY ■ PERÚ ■ REP. DOMINICANA ■ PANAMÁ ■ ECUADOR ■ BRASIL ■ CHILE

Un día único con el creador del Balanced Scorecard

Dentro de los “12 pensadores de management más influyentes del mundo” por Thinkers50, David Norton no necesita grandes presentaciones a ningún evento. Su nombre inmediatamente se asocia al Balanced Scorecard, la herramienta de management que creó junto a Robert Kaplan y que cambió la cara de los negocios de hoy.

Es por ello que Seminarium se enorgullece en traer a David Norton a Chile y Colombia para su **Management Conference**, un evento exclusivo donde el gurú de la estrategia empresarial expondrá por un día una nueva forma de gestionar su organización, además de entregar las claves para ejecutar con éxito sus estrategias y crear valor en la empresa.

Después de más de 20 años de experiencia con ideas, marcos y herramientas asociadas a la nueva ejecución de estrategia, las investigaciones demuestran que los que han aplicado el método del Balanced Scorecard crearon un aumento entre el 50% y el 150% al valor para los accionistas.

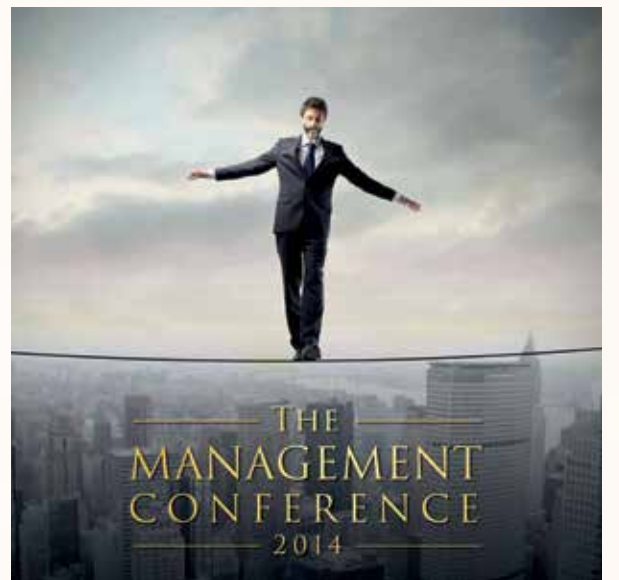
Gracias a Norton, el asistente a The Management Conference 2014 podrá volver a su oficina a implementar **un nuevo instrumento de Gestión Empresarial a su organización**,

capaz de adaptarse rápidamente a los frecuentes cambios de dirección estratégica provocados por un entorno competitivo.

Nuestra sociedad necesita más y más de verdaderos activistas de la estrategia, personajes que puedan causar cambios en diversas esferas, con el fin de dejar un mundo cada vez mejor para nuestras próximas generaciones.

Lo que busca este gran evento es que esta disciplina de gestión pueda madurar y evolucionar, contribuyendo a la realización de las transformaciones que nuestras organizaciones y sociedad tanto necesitan.

Reserve la siguiente fecha en su agenda: **21 de octubre en Chile o 23 de octubre en Colombia**, y adquiera nuevos conceptos y métodos que le permitirán aclarar, gestionar e implementar sus estrategias de negocio con rigor.



El Activista de la Estrategia

Robert Kaplan y David Norton proponen un nuevo papel profesional multifuncional: la gestión de la estrategia. Supervisar la clave para el futuro desempeño de la organización - la ejecución de la estrategia y todo lo que ésta abarca.

El concepto de planificación estratégica tiene más de 50 años. A lo largo del tiempo se fue creando una dicotomía entre dos aspectos esenciales en la estrategia: su formulación versus su implementación efectiva. Este dilema fue intensificado por las escuelas de negocios (MBA) y consultores, quienes empezaron a separar estos dos mundos en una división artificialmente establecida.

Por otra parte, en los años noventa, varios estudios pusieron de manifiesto la brecha entre la estrategia y la ejecución. Y las organizaciones, en general, continúan teniendo dificultades no sólo para concebir buenas estrategias, sino sobre todo en la movilización de recursos (humanos, financieros, técnicos) para sacarlas del papel. En el trabajo de crear un puente entre estos dos mundos aparentemente distantes, entre los estrategas que

piensan y las personas que ejecutan, o entre el arte de la creación de estrategias y la ciencia de llevarlas a la implementación, se observa la presencia de un personaje crucial: los Activistas de la Estrategia.

Estos profesionales son verdaderos guardianes de la estrategia, tratando de conectar estos dos mundos aparentemente desconectados, la formulación y ejecución. Este rol se viene configurando inclusive como una profesión emergente y nueva dentro de las organizaciones.

Tratándose de la estrategia, en el terreno de la organización presenciamos la aparición de una nueva profesión: el profesional de la gestión estratégica. Este profesional lleva consigo todo un cuerpo único de conocimientos en torno al tema de la “estrategia”. No es

necesariamente el responsable de la concepción de las estrategias, sino el que facilita el proceso, vigila su progreso y trabaja en su difusión, convirtiendo a la estrategia en una parte articulada dentro del complejo sistema de gestión empresarial. En 2004, Robert Henry Mintzberg, The Strategy Safari, Free Press, 2004 **Robert Kaplan** de la Universidad de Harvard y **David Norton**, co-creadores del concepto de Balanced Scorecard, hicieron su primera publicación, un ensayo, sugiriendo una profesión nueva y emergente: “Strategic Management: An Emerging Profession”, y provocan algo ¿Revolucionario? Sin duda evolucionario.

Kaplan y Norton proponen un nuevo papel profesional multifuncional: la gestión de la estrategia. Supervisar la clave para el futuro desempeño de la organización -

(Continúa en la página siguiente)

la ejecución de la estrategia y todo lo que ésta abarca, desde su formulación y su alineamiento a la gestión del cambio y la gobernabilidad - ya no puede llevarse a cabo de forma aislada y estática. Es hora de dar a la gestión de la estrategia, la autoridad y la amplitud que se merece.

En octubre de 2005 los autores publicaron en la Harvard Business Review el concepto de la Oficina de Gestión de la Estrategia (Office of Strategy Management - OSM). Aquí, sostienen que para la mayoría de las organizaciones, la estrategia y la ejecución son mundos prácticamente desconectados, y que establecer una unidad dedicada a organizar ambos puede ayudar a construir este puente tan importante para el éxito de las organizaciones.

Este conjunto de atributos, habilidades, destrezas y actitudes acabó abriendo un espacio para una nueva disciplina de gestión, y al mismo tiempo al desarrollo de áreas, unidades o comités dedicados al tema dentro de las organizaciones, con el reto de garantizar la gestión eficaz de la estrategia en un mundo cada vez más dinámico y complejo. En los EE.UU. este profesional se conoce como SMO - Strategy Management Officer, en analogía con la PMO (Project Management Officer), o con el CSO - Chief Strategy Officer. A veces esto es una función compartida con otras áreas o procesos organizacionales, como las áreas de Recursos Humanos, Finanzas, Calidad, o de Nuevos Negocios. El hecho es que las organizaciones han creado importantes espacios para estos profesionales. Se abre una nueva opción profesional, tanto para los jóvenes que quieren trabajar en estrategia, como para los profesionales experimentados que en el pasado tuvieron que elegir entre profesiones ya existentes, como Recursos Humanos, Finanzas o Marketing.

Ahora bien, si por un lado la disciplina de la estrategia (formulación + ejecución) fue fundada por personas que no son administradores, y si la profesión hasta la fecha aún no se ha regulado, entonces comenzamos a preguntarnos ¿quién es, y cómo piensa y actúa realmente el profesional de la estrategia? ¿Será verdad que la gestión estratégica es una profesión, una función y una unidad nueva dentro de la organización? ¿O acaso la estrategia

no sería una competencia organizacional distribuida entre los diferentes profesionales de diferentes áreas, puestos y funciones? Considerando que la estrategia es una disciplina compleja, sistémica e interdisciplinaria en las organizaciones, ¿la estrategia no sería la combinación de funciones a ser ejercidas por diferentes profesionales en la organización?

Estas y otras preguntas las abordará el creador del Balanced Scorecard, David Norton, en The Management Conference 2014 de Seminarium. No se lo pierda este 21 de octubre en Chile y 23 de octubre en Colombia. Inscripción y mayor información en www.seminarium.com

Fuente: *Symnetics*



GESTIÓN Y LIDERAZGO ESTRATÉGICO DEL CAMBIO

LEADING STRATEGIC CHANGE

9 - 10 Octubre Santiago, Chile

Viva la
Experiencia
Michigan
en Chile



William Davidson Institute
AT THE UNIVERSITY OF MICHIGAN

CORPORATE GOVERNANCE & EFFECTIVE MANAGEMENT

GOBERNABILIDAD, RIESGO CORPORATIVO
Y RESPONSABILIDADES DE LA GERENCIA
EJECUTIVA.

14 - 15 Octubre Santiago, Chile



MICHIGAN

Betsy Myers, la mujer detrás de los líderes mundiales, será parte del WIB 2014

En un reciente foro, Betsy Myers, autora de “Take the Lead: Motivate, Inspire, and Bring Out the Best in Yourself and Everyone Around You” y Directora-Fundadora del Center for Women and Business de la Universidad de Bentley, dio su particular punto de vista sobre cómo afrontar el tema de las mujeres en los negocios.



Los hombres todavía dominan los puestos de poder e influencia en nuestro país y en todo el mundo”, dijo Myers. “85% de los altos ejecutivos en los EE.UU. son hombres. Noventa y seis por ciento de los que ocupan puestos de CEO son hombres.

“Siempre se han dicho cosas empoderadas, dijo, pero ¿podría ser que nos hemos centrado en las estrategias equivocadas para que las mujeres avancen?”-haciendo referencia a estudios que encontraron que hay demasiadas iniciativas de parte de mujeres en empresas estadounidenses centradas en el cambio de los comportamientos y habilidades de liderazgo de las mujeres, y que estas redes e iniciativas suelen funcionar como silos dentro y fuera de las empresas.

La experta en liderazgo siempre se ha rodeado por grandes líderes del mundo. Fue una alta asesora de la campaña presidencial de **Barack Obama**, como directora de operaciones y presidenta de Women for Obama; y durante la Administración de **Bill Clinton**, fue asesora sénior del presidente en asuntos de la mujer, y estuvo involucrada en la reelección del presidente en 1996.

De su experiencia trabajando con líderes mundiales, dice que “días como este son importantes, pero que aún hay mucho por hacer para conseguir más mujeres en puestos de alto rango”, dijo Myers. “No hemos abordado el obsoleto lugar de trabajo que fue diseñado por hombres para hombres”.

La fuerza de trabajo ha ido cambiando. El año pasado, el 70 por ciento de los nuevos ingresos al lugar de trabajo fueron mujeres o minorías. En dos años, el 50% de la fuerza de trabajo serán Millennials nacidos entre 1980 y 2000.

“Los Millennials no vienen... ya llegaron”, dijo la autora. “Y están impulsando algunos de los cambios que las mujeres han estado tratando de lograr durante varias décadas. Quieren una vida integrada. No quieren trabajar 90 horas a la semana. Y quieren trabajar para empresas que hacen una diferencia en el mundo, para que puedan sentirse bien acerca de ir a trabajar cada mañana”.

Myers señaló que los cambios sociales impulsados por los Millennials han sido drásticos – 40% de las decisiones de compra son tomadas por las mujeres de hoy.

El 40% de las mujeres de hoy son el único sostén o están haciendo más dinero que sus maridos. Y las mujeres ya no son un grupo de interés en las encuestas, representando ahora el 52% de la población votante.

Por lo tanto - Myers pregunta: “¿Podría el correcto enfoque de hoy para mujeres que avanzan ser la estrategia de incluir a hombres?”

Los hombres, dijo, a menudo se sienten incómodos, apáticos y confundidos sobre el tema de la mujer en los negocios. A menudo se sienten excluidos y no bienvenidos dentro del círculo. Tienen miedo a cometer errores al hablar con las mujeres.

Myers dijo que no es nuestro comportamiento o habilidades de liderazgo lo que tiene que cambiar, sino nuestras habilidades de comunicación.

Tenemos que comunicarnos con nuestros colegas masculinos a un nivel de igual a igual, con el entendimiento de que estamos trabajando dentro de una sociedad dominada por hombres.

“No se trata de sumisión”, dijo Myers. “Se trata de dirigir nuestro



auténtico ser a tomar decisiones estratégicas y reflexivas acerca de cómo nos presentamos en los ambientes que hemos escogido”. Y finalmente preguntó, “**¿cómo deben las mujeres colaborar y construir relaciones con los hombres para avanzar en sus carreras?**”.

El próximo 12 de noviembre en Colombia y 14 de noviembre en Chile, Seminarium presentará por primera vez su congreso **Women in Business**, junto a Betsy Myers que contestará ésta y otras consultas sobre la incorporación de mujeres al mundo laboral y su aumento en puestos de liderazgo. **Inscripción y mayor información en www.seminarium.com**



SEMINARIUM. eventos

WIB Women in Business Conference 2014

Talento Empoderado

12 Noviembre: Bogotá, Colombia
14 Noviembre: Santiago, Chile

Cómo enfrentar los diversos procesos de negociación según Yale School of Management

Si hablamos de procesos importantes dentro de una organización, sin lugar a dudas la negociación está en los Top 3. Está presente en todo tipo de empresa, ya sea cuando un trabajador solicita un aumento de sueldo, frente a un proveedor, para lograr un mejor acuerdo con los socios estratégicos o incluso para decidir entre dos planes de acción. En todos estos escenarios el saber negociar es fundamental para el éxito de una organización.

Debido a los cambios constantes que experimentan las compañías en la actualidad y a la fuerte competencia que existe en el mundo corporativo, un ejecutivo que lidere procesos de negociación con resultados positivos, será catalogado como un integrante primordial para la empresa.

Para enfrentar los diversos procesos de negociación, la creatividad y el uso de las llamadas habilidades blandas son herramientas fundamentales, sobre todo cuando existe más de un interlocutor y cada uno posee distintas ideas que quiere implementar en la organización.

Resolver situaciones de negociación de manera efectiva y con resultados positivos para todos los involucrados

no es fácil y llegar a ser un buen estratega se requiere aprender tácticas y principios cooperativos.

Seminarium Internacional junto a Yale School of Management presentan la primera versión de **The Strategic Negotiation Program**, un Programa Internacional que se realizará en Miami, EE.UU. y diseñado especialmente para altos ejecutivos de Latino América.

Estructurado para complementar, fortalecer y actualizar la experiencia profesional adquirida durante los años de práctica, el SNP presenta diferentes enfoques de negociación para resolver situaciones de conflicto de manera efectiva y creativa.

Los destacados profesores Barry Nalebuff y Daylian Cain entregarán las herramientas más efectivas para sobrellevar etapas de negociaciones difíciles en las diversas áreas empresariales y ofrecerán una formación a través de la inmersión.

El programa mejorará su habilidad y sofisticación en las negociaciones, así como permitirle descubrir cómo negociar mejor con sus inversionistas, clientes internos y externos, proveedores, jefes u otros actores

que se presenten en la vida ejecutiva.

- Vea debajo de la superficie de las diferencias aparentes para descubrir importantes intereses subyacentes.

- Interprete y prediga el comportamiento de individuos y grupos a los que se enfrenta en situaciones competitivas.

- Determine qué tipo de acuerdo negociado (si lo hay) es factible en una dada situación.

- Desarrolle un repertorio de estrategias y habilidades de negociación.

Del 17 al 20 de noviembre, no se pierda este extraordinario programa que se desarrollará en el hotel Ritz Carlton de Miami y dirigido a ejecutivos del área de compras y abastecimiento, supervisores de área, ejecutivos de ventas y cuentas corporativas, profesionales de recursos humanos, abogados, gerentes de relaciones o cualquier profesional que tenga que negociar.

Postule al SNP: snp@seminarium.com

SEMINARIUM
executive education

SNP
2014

THE STRATEGIC NEGOTIATION PROGRAM

Programa Único y Exclusivo para Ejecutivos Latinoamericanos

17 al 20 de Noviembre, 2014
Ritz-Carlton Hotel, Coconut Grove, Florida, EE.UU.

Los líderes sí importan, pero ¿cuándo importa su género?

Basado en la investigación de Susan E. Perkins, Katherine W. Phillips y Nicholas Pearce.

Los países con altos niveles de diversidad étnica muchas veces sufren de lento crecimiento económico-a menos que haya una mujer a cargo.

La diversidad étnica es generalmente vendida como una virtud objetiva para los equipos, las organizaciones y las naciones. Pero los economistas saben que la diversidad puede ser un arma de doble filo: investigaciones han demostrado que los altos niveles de la llamada "fragmentación étnica" se asocian con una disminución del producto interno bruto.

Pero en lugar de tomar esta correlación como algo dado, Susan Perkins, profesora asistente, junto con Nicholas Pearce, profesor clínico asistente, ambos de la administración y organizaciones en Kellogg School of Management y Katherine Phillips de la Universidad de Columbia, se preguntó "si había alguna manera de aprovechar la diversidad en lugar de tener que ser una amenaza para el progreso, y qué clase de líder sería capaz de hacer eso. ¿Podrían mujeres líderes que tienden a tener un estilo de colaboración más participativo que los hombres", dice Pearce- estar equipadas para contrarrestar, o incluso revertir, la asociación negativa entre la diversidad y el crecimiento económico?

Pearce explica, "con el ascenso de las mujeres líderes en el ámbito nacional durante el último medio siglo, nos hizo preguntarnos si algunas de las lecciones que hemos aprendido acerca de las mujeres en las organizaciones podría traducirse en el sector gubernamental."

Para investigar la pregunta, su equipo de investigación estuvo tres años "construyendo una base de datos única desde cero" para capturar observaciones de los líderes nacionales de hombres y mujeres en 139 países con más de cincuenta años, y al mismo tiempo medir el producto interno bruto (PIB) junto a los niveles de fraccionamiento étnico (FE).

El análisis de los investigadores confirmó la asociación entre países muy diversos y el lento crecimiento económico. Pero cuando se tomó el género de un líder nacional en cuenta, la relación entre el FE y el PIB se hizo dramáticamente polarizado. Su modelo predice que en muy diversos países,

habiendo un líder femenino se asocia con una tasa de crecimiento del PIB del 6% más alto, en promedio, que tener a un hombre al timón. Cuanto más diversa sea la nación, más extremo es el efecto.

No sólo parece ser el caso de que los líderes, de hecho, sí importan, pero también su género. "En los países con una gran cantidad de conflictos internos, muchas veces la gente está buscando señales de que la persona a cargo sea colaborativo y no dictatorial o egoísta", dice Pearce. "El rol del género en la mujer es un símbolo de colaboración, que va a potenciar las voces marginadas".

Los hallazgos coinciden con las observaciones de los investigadores acerca de los estilos de liderazgo masculino y femenino y sus efectos sobre el desempeño de las empresas y los equipos. "Lo que nos intriga de este efecto en el nivel de país también tiene grandes implicaciones en otros ámbitos, dice Perkins. "Si nos fijamos en todas las industrias donde mujeres CEOs han tenido un impacto mayor que los hombres, muchas veces es en situaciones de ambigüedad y conflicto interno donde un cambio o transformación es necesario. En promedio, las mujeres no superan a los hombres como CEOs, pero sí tiende a ocurrir en estas situaciones. "Por esta lógica, una empresa como Yahoo-que lucha por redefinirse ante sus propios trabajadores y accionistas, no sólo a sus clientes o competidores-fue recomendable instalar a Marissa Mayer como CEO.

Algún cuidado se debe tomar en la interpretación de los datos. Perkins y Pearce no establecen una relación causal entre la diversidad étnica, liderazgo femenino y un mejor desempeño del PIB.

Además, los investigadores subrayan que sus hallazgos no deben interpretarse como una confirmación de los estereotipos de género de liderazgo. "El mensaje no es: Si usted es hombre, usted no debería liderar un país diverso pasando por un conflicto interno", dice Pearce. "La idea es que cualquier líder en una situación de este tipo

debería quizás ser más intencional sobre liderar de forma más incluyente y colaborativo. Lo que pasa es que estas características tienden a encarnarse en o estar asociados a estilos de liderazgo femenino".

Los investigadores también se resisten a hacer juicios de valor sobre liderar de forma colaborativa con un estilo más "femenina", frente a liderar competitivamente en un estilo más "masculino". Lo que es más importante que el etiquetado de género, añade, es la agilidad en un líder-ya sea un hombre o una mujer. "No es 'uno u otro', son que 'ambos'-puedan promulgar diferentes estilos de liderazgo, dadas las necesidades del momento."

Pearce cree que en una economía global cada vez más ambigua e interconectado del siglo 21, los estilos de liderazgo colaborativo son más valorados que antes. ¿Será que aquello se traducirá en líderes cada vez más femeninas entrando en escena -extendiéndose en una tendencia que los investigadores midieron en sus datos? (De acuerdo con su artículo, "el número de líderes nacionales femeninos en un año determinado se ha cuadruplicado desde principios de 1950).

Explorar esta posibilidad es exactamente lo que los investigadores esperan estudiar ahora, dice Susan Perkins: "La ciencia muestra que las personas perciben que hombres y mujeres tienen diferentes características de liderazgo, pero ¿con qué frecuencia las personas actúan sobre estas percepciones y eligen un líder femenino?" La pregunta es especialmente relevante cuando revoluciones democráticas se crean en los regímenes dictatoriales o autocráticos en el Medio Oriente y el mundo desarrollado-con o sin resultados sociales y económicos positivos. "¿Qué pasaría si la Primavera Árabe ocurriera otra vez. 'Ponga a una mujer como líder allí'? Eso es una exageración", dice Perkins. "Pero ¿se desarrollaría una situación similar si existiera la oportunidad de tener una líder femenina? Es una pregunta interesante de explorar".



LA OTRA FORMA DE VER TV

Las personas están cambiando para mejor el mundo de la televisión tal y como lo conocemos hace décadas.

¿Alguna vez vio una serie en streaming desde Netflix?
¿Alguna vez descargó toda una temporada de una serie por una recomendación? ¿Descarga todos los días alguna serie porque se encuentra enganchado y en su país aún no están al día con los capítulos emitidos en su país de origen?

Es en Hollywood donde de verdad los cambios en la industria tienen efecto en el resto del mundo como capital mundial de la producción de cine y televisión. Esto ha sido hasta hace bien poco, ahora se ha logrado cambiar el modelo.

No se puede decir que Netflix sea la primera en producir una serie exclusivamente para un medio de streaming, tenemos miles de canales y series en YouTube haciendo esto todos los días, pero si miramos a un modo mucho más profesional, Netflix ha sido la primera en producir una serie de renombre y emitirla.

House of Cards es la serie que podemos decir ha sido la primera que oficialmente ha logrado cambiar algo en el mundo de la televisión. A nivel de producción, a nivel de casting, a nivel de filmación y a un nivel de guión esta serie podría estar emitiéndose a un ritmo de capítulo por semana

en grandes cadenas de renombre. En cambio, se lanzó toda una temporada bajo Netflix para que todos sus suscriptores pudiesen ver los capítulos que ellos quisieran. Luego hizo lo mismo con su segunda temporada.

Ha sido este cambio en el comportamiento de las personas que ha provocado a muchos productores replantearse la forma de trabajar y hacer dinero. La gente va a "piratear" tu serie porque les gusta y quieren disfrutar al día siguiente de ella esté en el país que esté. ¿Por qué no adelantarse a ellos y simplemente hacer su distribución más sencilla?

Netflix ha sido una de las que más está apoyando el estreno de series directamente en su plataforma. Pero sin olvidarnos de otras como Amazon o Xbox que también están preparando o ya han lanzado nuevas series exclusivas en sus plataformas.

La televisión no es lo mismo que internet, de la misma forma que la televisión no es lo mismo que el cine. Cuando hablamos del cambio de la televisión gracias a internet no podemos esperar nunca los mismos resultados que se obtienen en la televisión.

Por desgracia la distribución de internet es muy irregular, no

como en la televisión que llega prácticamente a cualquier lado gracias a que se distribuye en radiofrecuencias, no por fibra óptica u otros medios "físicos". La velocidad de conexión es crucial para poder disfrutar de una serie, porque no es lo mismo descargarse un capítulo que una temporada, tampoco lo es ver un capítulo en streaming que descargarlo.

Tampoco es lo mismo en audiencias, no es lo mismo el share que puede tener en máxima audiencia una gran cadena como Fox o NBC por citar algunas grandes en EE.UU. donde se emiten series de gran importancia, que el número de audiencia es muy diferente y se debería de medir de otra forma, más como un lanzamiento de un DVD/Blu-ray que un estreno. Aunque ahora las visualizaciones de streaming se empezarán a ver afectadas en los números finales de ratings porque Nielsen los va a empezar a considerar.

Se comentó hace tiempo que House of Cards no era un gran éxito en términos relacionados con el resto de contenido de Netflix. Pero sí que ha supuesto un éxito de visualizaciones y sobre todo de elevar a Netflix como una productora propia de contenido.

Fuente: FayerWayer



Seminarium In Company cuenta con soluciones integrales:

→ Servicios a la medida

- > Creamos programas de formación a la medida de su empresa.
- > Programas con alto grado de especialización y aplicabilidad.
- > Realizamos el diseño en conjunto con su empresa, ajustándonos a las necesidades de sus ejecutivos.

→ Desarrollos exclusivos

- > Capaces de entregar respuesta en temáticas con grados de especificidad poco disponibles en el mercado.
- > Alianzas con universidades internacionales de prestigio mundial.

→ Programas de catálogo

- > Proponemos cursos prediseñados, con flexibilidad de horario, en áreas temáticas fundamentales:
 - Habilidades Gerenciales
 - Gestión para Operaciones
 - Mejora Continua
 - Ventas y Marketing
 - Gestión para recursos humanos

Contáctenos a incompany@seminarium.com / Tel. (+562) 2430 6826 - (+562) 2430 6859

