

Emprendedor desde la adolescencia

Es deportista, 'algo' introvertido y 100% emprendedor. Los diversos episodios de su vida así lo reflejan. Desde temprana edad, específicamente desde su etapa estudiantil, supo lo que quería ser. "Me yéla craneando algo, creando algo, más nunca trabajando para alguien más".

Jorge Palacios Carvajal tiene 28 años y hoy, pese a su corta edad, es el fundador de dos empresas con marca en el mercado y miras al crecimiento a nivel nacional. Una de ellas, 'Novaclean', compañía guayaquileña que otorga servicios integrales de aseo industrial, desde 2008.

Este guayaquileño, graduado en el colegio Balandra, optó por estudiar la universidad en el extranjero. Lo hizo en Iowa, Estados Unidos, a través de una beca estudiantil que se ganó por su buen desenvolvimiento en el fútbol. Allí su formación fue de cuatro años y obtuvo su titulación en negocios y dos especializaciones en Gestión de Marketing y Economía.

De esa época recuerda muchas cosas. Las jornadas deportivas, "el profesionalismo con el que nos prepararon en las aulas", y los trabajos que desempeñó, tanto en Ecuador como en el país del norte, previo a su viaje y durante las vacaciones semestrales.

Entre ellos, el haber sido vendedor de seguros en la ciudad y con ello, haberse ganado el título de 'broker del mes', con tan solo tres meses de experiencia. Y el haber sido vendedor de cámaras de seguridad para el hogar. En ese entonces, no pasaba los 20 años y ya iba y venía de Estados Unidos para comprar las cámaras, traerlas, comercializarlas, e, incluso, instalarlas. De allí que aprendió mucho de tecnología, pero aún más de los negocios.

Palacios, quien considera que la playa es su destino preferido para divertirse, relajarse y refugiarse, hoy tiene en mente un sinnúmero de proyectos. Algunos a corto plazo y otros, aún en estudio.

Uno de los recientes, creado hace no más de un año es Inmoclean. Se trata de una empresa, que al igual que su pionera, se dedica también a la limpieza integral. Esta, actualmente, enfocada a dar sus servicios a todos los locales (región Costa) de una de las más importantes cadenas de farmacias a nivel nacional.

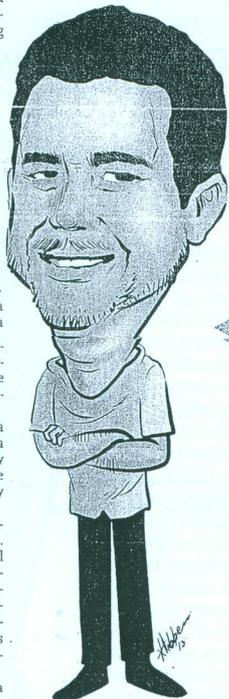
Palacios proviene de una familia

que conoce a la perfección el tema de la producción de químicos. Hoy por hoy, su meta también se enfoca en mantener el negocio y hacerlo crecer. Tiene la tutela de la compañía. Recientemente le fue cedida. Por ello, está analizando el mercado. Quiere apostarle a nuevos servicios. Entre ellos, la producción de papel higiénico y la venta de productos químicos a domicilio.

Él piensa en todo: en el mercado, en el cliente, en el crecimiento, el servicio y sobre todo, en cómo mantener la fidelidad con sus clientes. Sus ideas las tiene claras.

Está contento. Se siente satisfecho. Está seguro que cada una de sus metas se cumplirán. La edad no es un impedimento para avanzar. Todo depende de la "fuerza, sacrificio, las ganas y la confianza que uno le ponga a sus ideales para que estos se hagan realidad".

DSZ



PERFIL
JORGE PALACIOS CARVAJAL
PRESIDENTE Y PROPIETARIO DE NOVACLEAN

LA EXPERIENCIA

El negocio surgió porque antes teníamos una empresa familiar dedicada a la producción de químicos. Mi mamá manejaba el tema en su totalidad y un día decidí acompañarla a una empresa que le compraría los productos. Cerramos el negocio pero el cliente nos preguntó si también dábamos el servicio de limpieza. Le dije a mi mamá que se quede callada y diga que sí. De allí, que sin dudarlo empecé a trabajar en la marca. Me esforcé, compré los implementos de limpieza y todo lo que necesitaba. Sin embargo, nunca me contrataron. No me desanimé. Conseguí otro cliente. El trabajo lo hacía yo mismo. Facturaba nada más que \$ 12 mensuales, pero siempre le puse muchas ganas a todo. Estoy contento. He crecido, lo seguiré haciendo y sin descuidar, jamás, a mis primeros clientes.

Todos los programas formativos están incluyendo componentes de la comunicación, no solo de la parte oral sino también de la escrita. Esto lo incluyen junto a los criterios y esenciales

EL LENGUAJE:

¿UNA CUENTA PENDIENTE PARA LOS EJECUTIVOS?

SARA ESPAÑA
espanas@granasa.com.ec GUAYAQUIL

Las recetas mágicas para vender una idea no existen. Pero sí hay pautas que ayudan y no siempre dependen de la creatividad, originalidad y exclusividad de la propuesta.

La envoltura también cuenta. Y en ello, juega un papel fundamental el lenguaje. Presentar un proyecto, un informe o un negocio con errores de lenguaje o con un manejo pobre de las técnicas oratorias puede ser determinante.

"El tema de los negocios es un aspecto muy valorado. Se trata de vender buenas ideas y para ello, hay que presentarlas bien", afirma Sonia Zurita, directora académica del MBA de Espae-Espol.

Por eso, los programas formativos de las facultades y de las escuelas de negocios han incluido estas materias. La comunicación ya no es un asunto exclusivo de los medios. Es un área que debe trabajarse en turismo, administración de empresas, psicología... En prácticamente todos los ámbitos. La propia Zurita recuerda el caso de un proyecto de fin de curso

del área informática en el que el alumno había escrito incorrectamente web (en lugar de web) y Tweeter (en vez de Twitter). No es más que una cuestión de cuidar las formas, mimar el lenguaje.

Las técnicas de oratoria y escritura se pueden aprender. Hay quien tiene dotes innatas y eso facilita el dominio, pero todo el mundo puede mejorar y convertirse en un profesional completo. Es la tesis que defiende Janet Salazar, profesora de lengua española en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

La preocupación por mejorar las habilidades de comunicación se ha instalado en el mundo universitario y en el laboral desde hace una década. Ya se van cosechando resultados entre los jóvenes graduados, pero las generaciones anteriores deben ponerse al día. Salazar reconoce que recibe solicitudes de empresas e instituciones para formar a sus empleados y que puedan, al menos, redactar sus informes correctamente.

Las facultades ya enseñan el arte de hablar en público, escribir con orden y sin errores de ortografía

ORATORIA

1. DICCIÓN

Pronunciar bien y con claridad es imprescindible para hacer llegar el mensaje a la audiencia.

2. VOLUMEN

El ponente debe manejar la entonación de su discurso para dar énfasis a las partes importantes y mantener la atención.

3. ORDEN

Las ideas deben exponerse con una introducción y profundizando en las ideas importantes.

4. SINÓNIMOS

La riqueza del lenguaje y el uso de sinónimos transmite la idea de una persona bien instruida y solvente.

"La forma en que nos comunicamos diseña la propia cultura de la compañía"

La forma en que nos comunicamos diseña la propia cultura de la compañía. La forma en cómo nosotros nos dirigimos a nuestros equipos o cómo tratamos a nuestros pares, también dice mucho de la cultura de la compañía. Si somos una empresa que sabe trabajar en equipo, orientada a cumplir procesos, si tenemos un ambiente de trabajo amigable, si estamos guiados por jerarquías o estructuras...

Todos los programas formativos están incluyendo componentes de la comunicación, no solo de la parte oral sino también de la escrita. Esto lo incluyen junto a los criterios y esenciales



FLAVIO PORTILLO | jefe de Comunicación de Corporación Nacional y profesor de Comunicación Español-Español

ciales en la formación de los ejecutivos.

Como docente, puedo decir que los ejecutivos son personas con ideas muy claras. Sin embargo, se cuestionan cuando los resultados no suceden. Cuando nosotros analizamos ejemplos o experiencias, nos damos cuenta que lo que necesitan es ser más efectivos en la comunicación. Sobre todo, para asegurarse de que el mensaje sea entendido. Hay que aplicar varias técnicas para saber, si tengo este mensaje, cómo lo entendió mi receptor. Ahí se encuentran las principales oportunidades de mejora que tenemos en la comunicación.



ILUSTRACIÓN