



Rubén Huertas es Presidente y CEO de *Power Holdings Realty GroupSM*, una firma de bienes raíces comerciales que ofrece los servicios de consultoría, análisis financieros, corretaje y administración. Comenzó como inversionista hasta que encontró su inversión favorita: propiedades de vivienda multifamiliar.

En el mundo corporativo se ha destacado como *troubleshooter fixer* (solucionador de problemas) identificando áreas de mejoramiento con el fin de lograr excelencia organizacional y crecimiento sostenible.

A través de *Toastmasters International*® ha pulido sus destrezas de comunicación y liderazgo y ostenta de esta la más alta designación DTM (Distinguished Toastmaster). Es también coach, adiestrador y orador certificado del *Equipo John Maxwell* de líderes mundiales.

Es además, **escritor y autor** de numerosos libros dentro del campo de los bienes raíces, desarrollo personal, liderazgo y crecimiento de negocios.

Actualmente ha unido esfuerzos con **Preferred Mortgage Corporation** para ofrecer financiamiento comercial.

Rubén Huertas

NMLS #1845758

MLO 716

787.676.4444

ruben@rubenhuertas.com

Como líderes nuestra prioridad es servir a los demás. Lo primero que un buen líder tiene que ser capaz de hacer es escribir los nombres de todos y cada uno de los miembros de su equipo y enumerar cuáles son sus sueños, sus metas, sus objetivos. Cuál es el motor que los mueve. Cuál es el toque espiritual que hace que tomen acción en el plano material. Luego, identificar un plan estratégico personalizado que los lleve a alcanzar lo deseado y que esté alineado con la visión y misión de la empresa para lograr de manera simultánea su propósito de vida y el propósito de la organización. Ese plan debe estar documentado por escrito y ser revisado de manera regular para cerciorarse de que se está haciendo el progreso necesario. El líder tiene como función enfocarse en cada uno sus miembros y apoyarlos en la consecución de sus aspiraciones.

Lo mismo tiene que darse con respecto a todas aquellas personas que de alguna manera tienen que ver con la operación del negocio. Desde los proveedores de servicios hasta todos los profesionales de la industria que fungen como apoyo en todos los procesos necesarios para completar cada transacción. También el líder tiene que darse a la tarea de identificar todos estos detalles de parte de sus clientes. Mientras mejor se conozca al cliente, mejor servicio podemos ofrecer.

Dice Jeff Bezos, fundador de Amazon.com que cuando un cliente contacta a su empresa, eso significa para él un fracaso en alguno de los sistemas operacionales del negocio. Su enfoque es uno de obsesión por el cliente, en vez de servicio al cliente. Bezos parte de la premisa de que el servicio al cliente representa corregir algo que salió mal. Por lo tanto es una actitud reactiva. Sin embargo, la obsesión por el cliente parte de la idea de que se debe predecir lo que el cliente desea y prevenir que ocurra algún fallo en el proceso, lo cual representa una actitud proactiva. Solo de esta manera se logrará una satisfacción al cliente real. Esto supone que el enfoque en el cliente sea uno de prioridad para la empresa.

La otra parte es conocer que todas las personas que tocan de alguna manera el proceso que lleva a un cierre, debe ser considerada “un cliente”. En otras palabras, clientes son los empleados, los asociados, los proveedores y 100% de las personas que intervengan de alguna manera en su negocio. Esta definición amplía la gama y el espectro de a quiénes debemos satisfacer. Es precisamente esta actitud la que hará la diferencia en tu empresa y logrará ganancias superiores a todos aquellos que aún permanecen enfrascados en la antigua definición de líder. Haz bien, sin mirar a quién y haz bien a todos. Tu negocio recibirá beneficios que otros solo soñarán con obtener.