



*“No tienes que escuchar al cliente,
tienes que vivir con él, es pura antropología”*

*“Se vende lo que es malo,
lo que es bueno hay cola para comprarlo”*

*“Los focos sobre el cliente no sirven para nada,
es como estudiar al león en un zoo”*

Alejandro Ruelas-Gossi • Experto en management y estrategia de negocios

Sus rompedoras ideas en torno a las estrategias de negocio le han convertido en uno de los pensadores más innovadores de Latinoamérica. Autor de ‘El paradigma de la T grande’ y del concepto de orquestación estratégica, no tiene reparos a la hora de afirmar que el cliente es infiel por naturaleza y que sólo a través de la emoción y las ideas se le puede atraer, sorprender y, lo más importante, atrapar. Pero nunca fidelizar.

Ha desafiado las ideas preconcebidas sobre gestión empresarial en su celebrado artículo para Harvard Business Review titulado ‘El paradigma de la T grande’ y ha contribuido a desarrollar estrategias innovadoras para organizaciones de economías emergentes.

Considerado uno de los pensadores más vanguardistas e influyentes de América Latina, Alejandro Ruelas-Gossi ha acuñado el concepto de orquestación estratégica para describir cómo una empresa crea, expande y coordina una variedad de **redes de partners** o socios para **aprovechar recíprocamente una oportunidad**. Así lo demuestran algunos casos de éxito como el de Nestlé, Apple y especialmente la compañía de cemento CEMEX.

Este catedrático de estrategia en la Universidad Adolfo Ibáñez y director académico de la Adolfo Ibáñez School of Management en Miami propone, en definitiva, **reinventar las reglas del juego** haciendo el esfuerzo innovador desde los modelos de negocio, y no desde el producto, dejando atrás la idea de que la única manera de competir reside en la cadena de valor tradicional: precio, cliente, competidor y valor agregado.

En este sentido, considera que las empresas **deben superar su obsesión enfermiza con escuchar al cliente** y aprender a convivir con él. En su opinión, el cliente es infiel por naturaleza y solo a través de la empatía y de la emoción se consigue atraerlo, emocionarlo y, lo más importante, atrapararlo en la red.

Sus artículos gozan de **un gran prestigio** en la comunidad académica y especializada. Ha publicado en Harvard Business Publishing, en Harvard Business Review Latin America y en Financial Times. Su artículo ‘El paradigma de la T grande’ fue seleccionado como el de **mayor impacto en Latinoamérica en los últimos cinco años** y su nombre fue destacado en la revista EXPANSION - filial de TIME en América Latina – en su edición de diciembre de 2005, junto con Porter, Drucker, Prahalad, Hamel y Christensen, por su contribución a las estrategias de negocios.

Alejandro Ruelas-Gossi es doctor en Estrategia y Teoría de la Complejidad por la Universidad de Carolina del Norte en Chapel Hill, máster en Gestión de la Tecnología por el Massachusetts Institute of Technology (MIT). Previamente ha sido director general del think tank Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad, director académico del Multinational MBA de Deusto Business School y director de The Orchestration Action Tank en Miami.