

Innovación en chile habanero, valor agregado y alianzas estratégicas

Kenicym del Mayab®

por Rafael Augusto Hernández Crisanty

Introducción

Se presenta el caso de éxito de “KENICYM DEL MAYAB” registrada ante hacienda como persona física Claudett Patricia Gómez Aguirre. La empresa cuenta con cuatro años de antigüedad, conformada por cuatro integrantes, se ubica en la ciudad de Mérida, Yucatán.

El producto que exportan es puré de chile habanero que sirve de base para las procesadoras de alimentos como botanas/frituras, sopas, salsas, gravies, aderezos, bebidas, sazónadores, dulces (confitería), productos cárnicos (salchichas, jamones, hamburguesas, etc.), productos lácteos (quesos, mantequilla, etc) y productos étnicos (tamales, tortillas, guacamole, frijoles, etc).

En el estado de Yucatán se considera un caso de éxito porque es la primera empresa pionera en la producción de puré de chile habanero, que ha logrado realizar la exportación de su producto para su venta en Toledo, España, aun cuando es una empresa de reciente incorporación al medio.

Es importante resaltar que es una empresa netamente familiar, que para dar a conocer su producto participan en diversos eventos que organiza SAGARPA, SEFOE y SEDER ya sean estatales o federales con el fin del intercambio comercial, como el caso de la feria de Xmatkuil, RENDRUS, semana de Yucatán en la CDMX, entre otros.

A nivel internacional, se asistió para el 25th Internacional Food Exhibition celebrado del 12 al 15 de diciembre de 2016, en Moscú la cual se financio con recursos propios de la empresa sin el apoyo de ninguna dependencia de gobierno estatal o federal.

SAGARPA
SECRETARÍA DE AGRICULTURA,
GANADERÍA, DESARROLLO RURAL,
PESCA Y ALIMENTACIÓN



75 AÑOS DE INNOVACIÓN PARA UNA
AGRICULTURA MÁS PRODUCTIVA,
SUSTENTABLE E INCLUYENTE
EN LAS AMÉRICAS



Antecedentes de la Organización

La empresa se encuentra ubicada en la Ciudad de Mérida, Yucatán. Es una empresa familiar que nació del interés de lograr algo propio con el apoyo de cada uno de sus miembros, se pensó en trabajar el chile habanero pero no de la forma tradicional (salsas o en fresco), y se optó por algo nuevo que fue el puré de chile habanero de los colores verde, rojo y naranja.

El nombre de la empresa KENICYM del MAYAB se originó del conjunto de las iniciales de los nombres de los miembros de la familia. Los cuales son Ketziquel, Karim, Eduardo, Nash by , Ivon, Claudett, Yair y Magaly.

La directora de la empresa se dedicaba a venta de productos de diversa índole, poco a poco se adentró a la venta de verduras como los tomates, cebollas y chile habanero en fresco, de ahí nació la intención de trabajar con un producto innovador pero a la vez que sea algo representativo de Yucatán, después de varios intentos se creó el puré de chile habanero.

KENICYM del MAYAB se registró el día 23 de octubre de 2012, ante el SAT. Cabe señalar que está registrada la señora Claudett Patricia Gómez Aguirre como persona física con actividad empresarial con el nombre comercial antes mencionado.

La visión de empresa es: Ser una empresa líder de clase mundial por el sabor y la calidad única que brindamos a nuestros clientes.

Misión: Ser una empresa reconocida por la sociedad que brinda a nuestros clientes un producto de calidad y sabor único de clase mundial con un desarrollo sustentable comprometidos con el medio ambiente; teniendo un equipo de trabajo altamente capacitado comprometidos con la empresa para el desarrollo de mejores productos creando un ambiente de lealtad, honestidad y unión.

La primera participación de la empresa fue en la feria tradicional de Xmatkuil, que se celebra a fines de año en el estado de Yucatán, se dio de manera fortuita ya que se llegó a SEFOE pidiendo información de cómo participar en dicha feria, a lo cual informaron que había un stand disponible y si lo quería, pero debía presentarse a la exposición ese mismo día, no se contaba con el suficiente producto envasado para dicho evento, por cual se organizaron para preparar todo lo necesario para poder participar y ese fue el primer evento para KENICYM del MAYAB.

La empresa lo componen la directora general señora Claudett Patricia Gómez Aguirre, las señoritas Ketziuel Galván Gómez quien está en el área de ventas, Nash by Gabriela Galván Gómez en el área de administración y Alberto Flores Cano en el área de producción.

El giro de la empresa es la elaboración de puré de chile habanero verde, rojo o naranja a diferencia de cualquier salsa está hecho 100% de chile habanero. Las presentaciones son: 148 gramos, bolsas de 250 y 500 gramos, 1 kg, 5 y 10 kg., y los conservadores naturales le permiten tener 2 años de caducidad.

Se ha participado en varios eventos de promoción por parte de SAGARPA, SEDER y SEFOE, debido a eso en uno de los eventos organizados por parte de SEDER en Chiapas se tuvo en contacto con una señorita llamada Violeta que buscaba tequilas, pero si interesó por nuestro producto para presentárselo a algunos conocidos, se volvieron a encontrar en un evento de RENDRUS en la ciudad de Guadalajara en la cual se encontraba en una mesa de negociación y les dio la noticia que un cliente de la ciudad de Toledo, España quería conocer nuestros productos y deseaba que le enviarán muestras.

Los recursos de la empresa son propios los cuales provienen de préstamos personales o de los ingresos de los miembros familiares.

Motivación para la innovación de la organización

La empresa fue participe en el evento de RENDRUS (Red Nacional de Desarrollo Rural Sustentable), el cual es una Red Nacional de Intercambio de Experiencias Exitosas que permite la generación y transmisión de saberes de productor a productor, en el año 2015 en el Estado de Guadalajara.

La finalidad de dicho evento es contribuir a que múltiples productores logren desarrollar sus capacidades técnicas, organizativas y empresariales. Así como reflexionar sobre su proyecto y establecer alianzas estratégicas con otros productores rurales, instituciones de educación superior, medio superior y de investigación, así como con dependencias públicas y privadas que con su oferta de apoyos y servicios contribuyen a fortalecer su creatividad e innovaciones en los procesos productivos, organizativos y empresariales de sus agroempresas.

Parte del programa del evento es establecer mesas de negociación entre los diversos actores tales como empresarios mexicanos, los cuales tienen vínculos con agroindustrias nacionales o extranjeras, con la fi-

nalidad de comercializar sus productos.

En dicho evento la directora general de KENICYM del MAYAB, conoció grandes empresas que iniciaron tal como ellos, como microempresas y que en estos eventos por medio de mesas de negociaciones establecieron contacto con sus clientes los cuales les permitió crecer y afianzarse con sus respectivos productos.

Por lo tanto se propuso conseguir cuando menos un cliente, por lo cual solicito a los organizadores del evento el poder ofrecer su producto en alguna mesa, lo que dio a pie a reencontrarse con la señorita Violeta la cual conoció en un evento anterior y le entrego los datos de la empresa exportadora Fruitland Distribuciones SLU de Toledo, España los cuales tenían un interés muy especial en su producto. Platicando con diversos actores comerciales puedo observar que todos los empresarios tienen como destino los Estados Unidos de América y que a la Unión Europea no la ven como un mercado accesible por las legislaciones y normas muy exigentes, por lo cual se propuso incursionar en dicho nicho de mercado.

El interés del empresario español hacia el producto, surgió porque se trata de puré de chile habanero que es único en el mercado, por su consistencia, sabor y sobre todo realizado 100% de chile habanero y no contiene ningún otro ingrediente, es 100% natural, no contiene colores, ni sabores artificiales y cuenta con 2 años de caducidad.

Identificación del problema y diseño de la solución

A los tres días de regresar del evento de RENDRUS de Guadalajara, se estableció el contacto con el empresario Español por medio de un correo electrónico y al día siguiente se comunicó vía telefónica con la directora general para exponerle su interés por conocer su producto, por lo cual solicito le envié por paquetería unas muestras del puré de chile habanero (verde, rojo y naranja).

Al acudir al servicio de paquetería le informaron que el costo de dicho envío era por \$3,500.00, lo cual en ese momento no podía solventar debido a que se encontraba descapitalizada. Por lo que el cliente le proporciono una guía pre pagada de DHL para el envío.

Al llegar el producto a España, el empresario le habla vía telefónica a la directora y le pide que le envié 10 cajas de cada uno, ese mismo día le llama de nuevo, para pedirle 2 pallet con un total de 400 cajas y su equivalente de 9600 botellas de puré de chile habanero, pactándose la

entrega en 10 días.

Al momento de esta negociación la empresa KENICYM del MAYAB realizaba una producción a baja escala para su comercialización local y en ferias expositivas por lo que sus volúmenes de comercialización eran bajos y no requerían de tecnologías caseras. Al enfrentarse con un pedido de este volumen se encontraron con que no tenían capacidad instalada para abastecer la demanda por lo anterior hubo la necesidad de identificar y seleccionar alguna empresa que pudiera maquilarles el puré de chile habanero en los volúmenes requeridos. La empresa con la que se estableció un convenio fue con Industria Agrícola Maya, S.A. De C.V. (INDAMAYA).

Ya en la preparación del producto se comunica de nuevo el empresario Español para pedir que se suspenda la producción debido a que su agente aduanal le indico que el producto contenía un conservador que no es permitido en España, pero ni el mismo conocía cual era, por lo que pidió que se le envié por correo electrónico una etiqueta, lo recibe y nos dice que se cambie la fórmula del producto, mientras tanto ya se tenía la producción completa.

Aun cuando ya se contaba con un cliente, el producto no cubría con las normas de contenido y etiquetado por lo que hubo la necesidad de investigar al respecto y realizar modificaciones en las formulas del producto y en la etiqueta. Anteriormente en la fórmula del puré de chile habanero se empleaba el meta sulfito como conservador que es una sustancia no permitida en España.

Descripción de las innovaciones determinantes en el éxito exportador

A continuación, se presenta una descripción de las innovaciones que tuvieron impacto en el éxito exportador de la organización de acuerdo a la clasificación de innovaciones del Manual de OSLO.

Innovaciones organizativas de programación

1. Aplicación de procesos del Software ERP agrícola.

Anteriormente la administración de la empresa se manejaba de forma empírica, mediante registros, en libretas de sus entradas, salidas de insumos y productos, con el uso de computadora y archivos electrónicos, básicos realizados con sus propios diseños. Aunque les permitía llevar un control de la empresa aún tenían deficiencias para la administración de la misma, por lo anterior tenían la necesidad de mejorar

el sistema administrativo.

Se presentó la oportunidad de adquirir un programa de cómputo realizado por la empresa LOGISMIC Software del norte del país, el cual fue promovido a través de una solicitud vinculada con el gobierno del estado, la empresa Logismic y el Instituto Tecnológico Superior de Motul. Para este programa piloto se convocaron a 15 empresas que fueron aptas para aplicar un software que les ayude a llevar un mejor control de inventario, código de barras, facturación entre otros. Se realizaron diversas reuniones entre los consultores y la empresa para proporcionar información de la misma y luego de 8 meses, la invitaron a un Diplomado sobre “Capacitación técnico especializado para la aplicación de procesos del software ERP Agrícola” la cual se realizó en el Instituto Tecnológico Superior de Motul, siendo capacitados dos de miembros de la empresa. Para cubrir el precio de diseño y adaptación del software a los procesos organizativos y administrativos de la empresa, en un principio el beneficiario debía aportar un 30% del total, posteriormente la empresa Logismic informo que absorbía todos los gastos.

Actualmente la empresa lleva un mes utilizando el software y mencionan que les ha eficientando el tiempo requerido para la administración de la empresa, ya que tienen un mejor control de sus inventarios, entradas, salidas, cotizaciones y facturación.



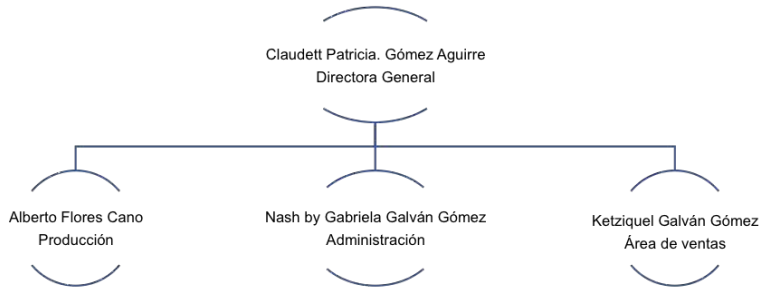
Imagen del diploma obtenido del manejo de del software ERP Agrícola

1. Organigrama de la empresa KENICYM DEL MAYAB

La empresa es netamente familiar, llevaba a cabo un proceso de administración empírica, es decir la representante realizaba las funciones de dirección de todas las áreas, recayendo sobre una sola persona la-

sponsabilidad, los aspectos productivos, administrativos y de ventas, los demás integrantes de la familia apoyaban en las tareas respectivas sin una distribución específica de funciones.

Debido a que una de las integrantes, está estudiando la carrera de administración de empresas, implemento la delegación de responsabilidades por medio de un organigrama, en la cual aparecen una dirección general, un área de administración, de ventas y producción. Tal como se muestra a continuación:



En el siguiente cuadro se reflejan las funciones de cada integrante.

Funciones			
Directora general	Producción	Administración	Área de ventas
Coordinación general de la empresa, participación en mesas de negociación de eventos comerciales, nuevos clientes, cierre de contratos	Control de entradas y salidas de insumos y materia prima, dirigir cada una de las etapas del proceso de producción, realizar la muestra de empaque y embalaje para la aduana	Facturación a clientes, control de cuentas bancarias, seguimiento de las declaraciones fiscales.	Seguimiento a la cartera de clientes, surtido de producto.

Aparte de sus funciones específicas de cada área, apoyan en los eventos de difusión y comercialización; en las actividades del área de producción, al verse rebasados por el volumen de entrega se emplea provisionalmente a gente externa.

Innovaciones organizativas, adquisición de materia prima.

1. Gestión CEPROCH Yucatán

Al inicio de labores de la empresa, la materia prima se adquiría en la casa del pueblo el cual es como una pequeña central de abasto en el centro de la ciudad de Mérida, a productores primarios de diversas comunidades rurales mayas, con el paso del tiempo se estableció contacto con el Consejo Estatal de Productores de Chile Habanero de Yucatán (CEPROCH), los cuales tienen una vinculación en redes sociales (Facebook y Whatsapp), donde los productores anuncian y ofertan su producto, por lo tanto actualmente ahí es donde se adquiere la mate-

ria prima y lo entregan a las puertas de la empresa. Esto ha permitido ahorrarse tiempos en busca del producto hacia las comunidades rurales/casa del pueblo y se ha reducido el costo en este aspecto hasta en un 70%.



Imagen del logo del Consejo Estatal de Productores de Chile Habanero de Yucatán

Innovaciones organizativas, transformación

2. Alianza estratégica INDAMAYA

La producción de la empresa es de 4500 botellitas de 148 gramos al mes para surtir a los clientes locales como las pizzerías Vitto Corleone, la Fogata, casas de artesanías del centro de la ciudad de Mérida y público en general, con el pedido de la empresa exportadora Fruitland Distribuciones SLU de Toledo, España se incrementó a 14,100 piezas se vieron rebasados en su capacidad de producción, por lo cual se vieron en la necesidad de establecer una alianza con la empresa Industria Agrícola Maya, S.A. de C.V. (INDAMAYA), quienes les maquilan y envasan su producto de exportación.

Innovaciones organizativas, comercialización

3. Alianza estratégica Fruitland Distribuciones SLU.

Gracias a la participación en eventos de intercambios comerciales patrocinados por SEDER en especial el RENDRUS, se estableció contacto con la empresa Fruitland Distribuciones SLU a la cual se le envió unas muestras y se realizó su primer pedido de 2 pallets (400 cajas con 9600 piezas), aún bajo estas circunstancias no se había establecido un contacto personal con la empresa importadora, tampoco acordado cláusulas específicas de la relación contractual.

El puré de chile habanero sirve de base para las procesadoras de alimentos como botanas/frituras, sopas, salsas, gravies, aderezos, bebidas, sazoadores, Dulces (confitería), Productos cárnicos (salchichas, jamones, hamburguesas, etc.), productos lácteos (quesos, mantequilla, etc). Lo cual satisface las necesidades de sus diversos clientes del exportador.

Se presentó la oportunidad de realizar un viaje a Moscú para un evento de promoción Internacional, que se aprovechó para realizar una escala en Toledo, España, en la cual se cerró negociación con Fruitland Distribuciones SLU, se firmó un contrato de exclusividad, en la que el producto de puré de chile habanero, solo él puede distribuirlo en España y todo producto mexicano que requiera la empresa exportadora debe pasar por la empresa KENICYM DEL MAYAB. En la actualidad está interesado en sales mexicanas con hierbas aromáticas tipo gourmet.



Imagen del local de empresa importadora en Toledo, España

Innovaciones de proceso, recepción de materia prima

4. Clasificación selectiva.

Para la elaboración del puré de chile habanero se realiza una selección minuciosa, clasificándolos en segunda y tercera calidad pensando que sea un chile agradable a la vista y de buen tamaño, se homogeniza por colores para posteriormente unificarlo en alguna de las tres presentaciones verde, rojo o naranja. El chile habanero (*Capsicum chinense*) es uno de los chiles con mayor intensidad picante del género *Capsicum*. Los habaneros inmaduros son verdes, pero su color varía en la madurez. Los colores más comunes son anaranjados (semi maduros) y rojos (maduros). Un habanero maduro es típicamente de 2-6 cm (1-2½ pulgadas) de largo.

Existen dos tipos de producción del chile habanero: fresco, el cual tiene una vida útil en el anaquel inferior a dos semanas, e industrializado, del que se derivan salsas, polvos y pasta.

Los lotes siempre serán diferentes por la variedad de la materia prima en cuanto a su color.

A pesar de que los clientes no verán la materia prima, la directora general tiene la satisfacción de saber que su producto fue preparado con ingredientes de alta calidad y utiliza esta característica como parte de su estrategia de mercadotecnia.



Imagen de la clasificación selectiva de la materia prima

Innovaciones de proceso, empaque y embalaje

5. Armado de Pallets.

Para la venta a clientes locales solo se empaican en cajas de cartón al mayoreo, para abastecer a Fruitland Distribuciones SLU y poder exportar a España se vieron en la necesidad de tomar cursos de embalaje pallets tanto el responsable del área de producción y la directora general, para poder cumplir con las especificaciones que norma el país importador, según sea el medio de transporte (marítimo o aéreo). Para dicho curso fueron invitados por la Secretaria de Desarrollo Rural de Yucatán. Actualmente la transportación es por vía aérea, en la cual se permite una pallet con capacidad de 200 cajas con 4,800 piezas de puré de habanero.

Innovaciones de producto, transformación

6. Reformulación de la receta.

En México el producto cumple con todas las normas y especificaciones para su venta al público general, como son los ingredientes y la información que debe contener la etiqueta.

El producto de KENICYM DEL MAYAB es un puré de chile habanero, el cual a diferencia de cualquier salsa esta hecho del 100% de chile habanero y los conservadores le permiten tener 2 años de caducidad. La

diferencia entre el puré y la salsa de chile habanero es que la primera es el resultado del prensado del chile habanero cocido y da como resultado una textura tersa y suave. A diferencia de la salsa que es una mezcla de sustancias comestibles trituradas y desleídas que se emplea para condimentar la comida, mezclada con ella o servida aparte.

La salsa de chile habanero comúnmente se comercializa por diversas empresas, en todo el país y el extranjero, como el Yucateco, La Anita , entre otros. Por la tanto el producto de KENICYM DEL MAYAB, sirve como elemento base para la elaboración de salsas. Pero debido a las legislaciones y normas de España, se tuvo que realizar una reformulación de los conservadores del puré de chile habanero conforme a las fichas técnicas con los conservadores permitidos, como en el caso del meta sulfito que es un antioxidante, en su lugar se le puso el ácido ascórbico entre otros, que lo único que cambio al producto es en su color que los vuelve ligeramente más intensos. Por lo anterior también se requirió cambiar los códigos de etiquetado indicando los nuevos ingredientes del producto en las etiquetas.

Debido a estas exigencias del mercado internacional en la actualidad KENICYM DEL MAYAB comercializa dos tipos de puré en función de las exigencias del mercado local y de exportación, cuya diferencia organoléptica es la intensidad del producto entre uno y otro

Innovaciones de producto, embalaje y etiquetado

7. Bolsa con rosca abre fácil

Las presentaciones del producto son botellas de pet con capacidad de 148 gramos, bolsas que se sellan herméticamente de 250,1, 5 y 10 kilogramos respectivamente. Son tres colores verde, naranja y rojo.

Durante la visita al cliente de España, se presentó la oportunidad de ampliar la cartera de clientes debido al interés hacia el puré de chile habanero en bolsas con rosca abre fácil para el relleno de recipientes propios todo bajo la distribución de Fruitland Distribuciones SLU

Innovaciones de mercadotecnia, comercialización

8. Participación en eventos de intercambio comercial.

Para dar a conocer el producto se participan en diversos eventos que organiza SAGARPA, Y SEDER ya sean estatales o federales con el fin del intercambio comercial, como el caso de la feria de Xmatkuil, RENDRUS, semana de Yucatán en la CDMX, entre otros.

A nivel internacional, se asistió para el 25th Internacional Food Ex-

hibition celebrado del 12 al 15 de diciembre de 2016, en Moscú. Por medio de invitación de ASERCA (Promoción comercial y fomento a la exportación), el viaje se financio con recursos propios de la empresa sin el apoyo de ninguna dependencia de gobierno estatal o federal.



Imagen de la participación de la Directora general en el evento de Moscú

Para el mes de mayo de 2017 van a exponer el Puré de chile habanero en un evento en Houston, Texas, no podrá asistir la directora general ya que carece de visa. Pero la delegación mexicana le dará la promoción a su producto en dicho evento.

9. Promoción Impresa.

Para la promoción de sus productos se hacía por medio de carteles y platica con los clientes. Ya con la participación en mesas de negociación se vieron en la necesidad de innovar su estrategia de mercadotecnia mediante el uso de trípticos, tarjetas de presentación y muestras de chile habanero con pequeñas etiquetas. El nombre de KENICYM se originó de la combinación de las iniciales de los nombres de los hijos de la directora general, procurando un acomodo que fonéticamente parecía un nombre de origen maya.

El logo se originó de la idea de reflejar un monumento yucateco que sea reconocido a nivel mundial, junto con el chile habanero que se identifica como originario de la península de Yucatán. Por lo que la directora general se dio a la tarea de realizar el dibujo del logo de la empresa y contratar el servicio de una empresa particular para la impresión de sus impresos que conforman su mercadotecnia y publicidad.

Con esta innovación se ha tenido un incremento en las ventas en un 70% debido a que se realizan tratos directos con los dueños de empresas y al público en general se les hace atractivo conocer los beneficios de consumir chile habanero.

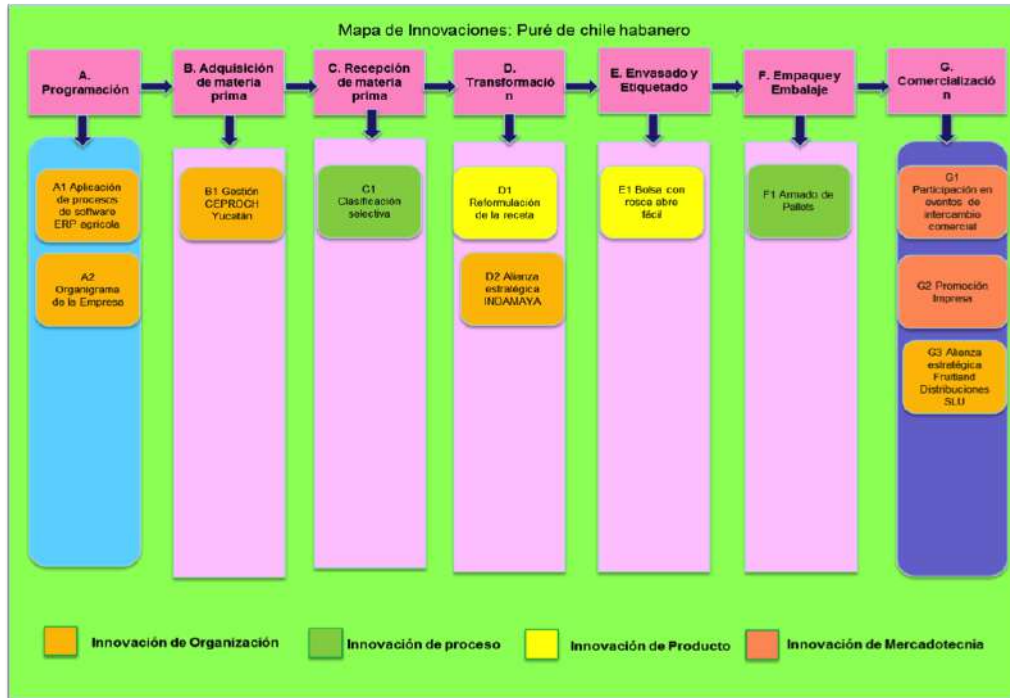


Ilustración 1. Mapa de Innovaciones en la producción de Puré de chile habanero. Fuente: elaboración propia con base en mapa de innovaciones para la producción de maíz con MasAgro (Barillas, S.M.E. 2016) y mapa de innovaciones MasAgro Guanajuato (Vázquez, V.M. 2016).

Proceso para la implementación de las innovaciones

Es importante documentar los costos, para que se puedan valorar las implicaciones económicas que se tuvieron en la adopción. A continuación se presenta los costos del proceso con la implementación de las innovaciones.

Innovación	Costo	Beneficio
Aplicación de procesos del Software ERP agrícola.	\$5,500.00	Incrementar la producción en un 313% Al pasar de 4500 botellitas de producción a 14,100 botellas al mes.
Organigrama de la empresa KENICYM DEL MAYAB	\$1,500.00	
Gestión CEPROCH Yucatán	N/A	
Alianza estratégica INDAMAYA	\$43,200.00	
Alianza estratégica Fruitland Distribuciones SLU.	\$23,000.00	
Clasificación selectiva.	\$2.00 de incremento por Kg de chile habanero	
Armado de Pallets	\$2,800.00	
Reformulación de la receta.	\$40,000.00	
Bolsa con rosca abre fácil	\$2.10 de incremento por bolsa	
Participación en eventos de intercambio comercial	\$40,000.00	
Promoción Impresa	\$10,500.00	
Total	\$166,502.00	

Impacto de las innovaciones

A continuación, se presenta un mapa en donde se presentan de forma gráfica los impactos de las innovaciones.

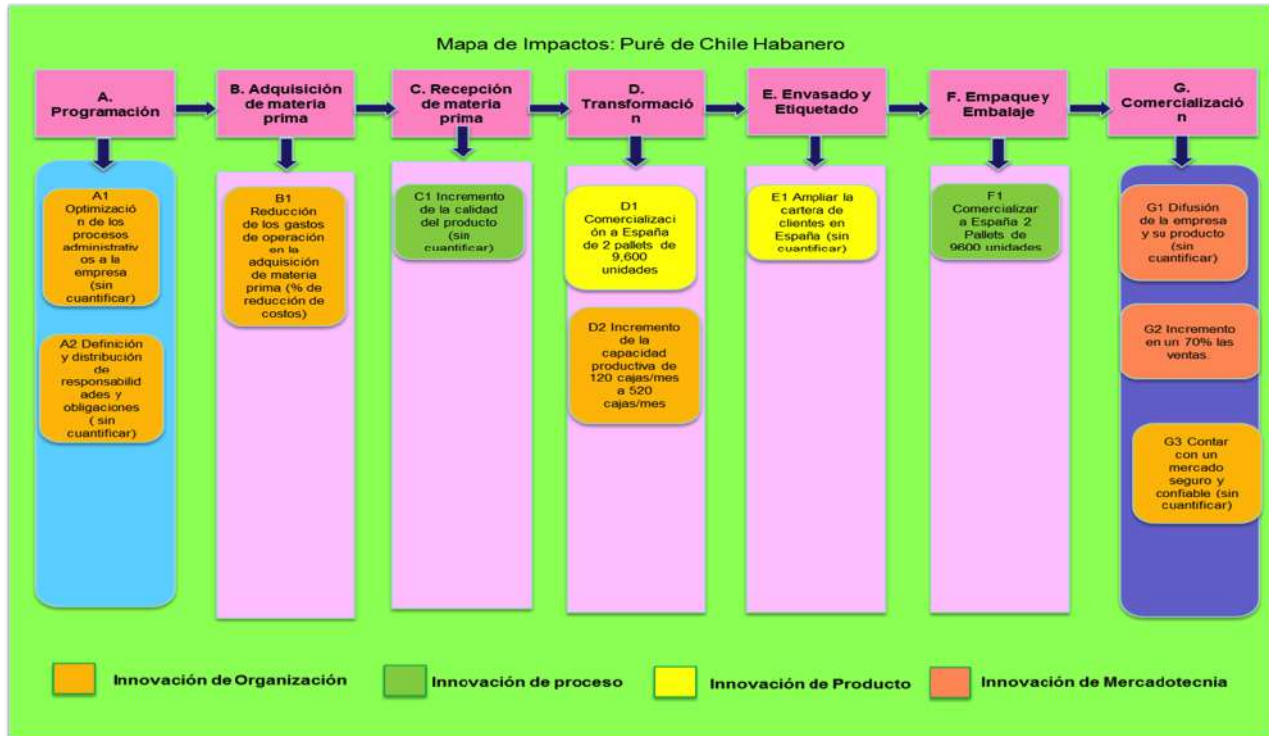


Ilustración 2. Mapa de Impactos en la producción de Puré de Chile habanero. Fuente: elaboración propia con base en mapa de innovaciones para la producción de maíz con MasAgro (Barillas, S.M.E. 2016) y mapa de innovaciones MasAgro Guanajuato (Vázquez, V.M. 2016).

Lecciones aprendidas

- Manejo con honestidad.- se muestra, tanto en su obrar como en su manera de trabajar, como una empresa justa, recta e íntegra.
- Establecer vínculos ganar – ganar tanto con sus proveedores como con sus clientes, con la finalidad de maximizar la eficiencia para todos, y permitir alcanzar la mejor solución de entre todas las alternativas.
- Trato directo con los dueños de las empresas. Ya que son las personas que podrán tomar decisiones al momento, sin tener que consultar para dar respuestas positivas.
- No hay que esperar a contar con recursos económicos de gobierno para emprender una idea de negocio, esto no es condicionante del éxito de una empresa.

- Involucrar a todos los miembros de la familia en las actividades de la empresa le ha permitido consolidar su empresa, desarrollando capacidades de liderazgo en cada uno de sus miembros.
- No dejarte derrotar cuando las cosas no salen a la primera y continuar trabajando.
- Al lograr realizar cada meta establecida, proponerse nuevos para el crecimiento de la empresa y llegar a concretar los sueños.