

PONTE GUAPA

LA BELLEZA DE SERVIR,
CREAR Y CRECER

HISTORIA

Para poder dar un servicio de excelencia que haga sentir a sus clientas más bonitas, seguras y consentidas, Ponte Guapa Hair & Makeup Lab reta la creatividad y el desarrollo profesional de su equipo de estilistas. Al crear una cultura de trabajo positiva y diferente que el resto de su industria, la cadena logra un ambiente seguro que se traduce en mejores experiencias y resultados.

05 / 11 / 2020

TIPO DE BUENA PRÁCTICA Libre Emprendimiento, Liderazgo Humanista	4 IDEAS CLAVE
TIEMPO DE LECTURA 10 minutos	01. Ver por el crecimiento y el bienestar de los colaboradores genera un servicio de mayor calidad, clientas más satisfechas y mejor negocio.
	02. Poner a disposición herramientas de capacitación y espacios de aprendizaje motiva al equipo mientras aumenta la especialización.
	03. Tener un trabajo formal, prestaciones y esquemas de flexibilidad en horario genera un sentido de seguridad en las colaboradoras.
	04. El liderazgo humanista crea lealtad y compromiso inspirador para todos los involucrados.

Victoria Noriega estaba acostumbrada a seguir instrucciones precisas -incluso intuir algunas, como es parte del oficio- de las clientas que llegaban por un corte o un makeup look a Ponte Guapa Hair and Makeup Lab. Pero cuando le informaron que la evaluación anual de colaboradoras tendría como tema la evolución de la moda en Francia, supo que tendría un lienzo en blanco para su creatividad como estilista.

Ahora encargada de la Inducción, Capacitación y Desarrollo en la cadena de salones, Victoria explica que esta evaluación funciona como un concurso con jueces externos, como Javier Romero y Mich Ceballos de la escuela de belleza Black Academy. El evento, donde las estilistas trabajan con modelos alrededor de un tema anual (como “Cultura de México” y “Biomás”), premia a las mejor evaluadas con incentivos como viajes y herramientas de trabajo.

El look que creó Victoria ese año se inspiró en María Antonieta, la última reina de Francia antes de la revolución de 1789 e ícono de la moda. Rococó o barroco tardío fue el estilo que dominó la época de María Antonieta: colores pastel; vestidos más reveladores; rizos en el cabello; lazos; encajes y un mundo de adornos influyeron no sólo la moda francesa, sino de toda Europa.

“Lo he visto todo, lo he escuchado todo, lo he olvidado todo”, dijo alguna vez la polémica reina, quizá refiriéndose al carácter efímero de las cosas bellas, igual que la artesanía y cuidado que requiere crear un peinado que se desvanecerá tras una noche.

Victoria vistió a su modelo con cuero, botines, y un peinado tejido al estilo Le Pouf con su cabello natural: “parecía una diadema y los jueces me dijeron que se veía increíble”, recuerda. “Cuando entré no tenía idea de la magnitud de este evento. No es cualquier cosa”.

El evento se espera con anticipación todo el año: desde meses antes, genera un sentimiento de emoción y nerviosismo tanto entre las estilistas nuevas y aquellas con años de antigüedad. El día del evento se invita a las familias de las participantes y todo el concurso se transmite en vivo en redes sociales.

Para Betty Guajardo, CEO de la franquicia, este programa es parte de una apuesta para detonar la creatividad y capacitar constantemente al equipo de 70 mujeres de en las sucursales en Centrito Valle, Punto Valle y Pueblo Serena: “Lo que más me enorgullece es formar las habilidades de nuestra gente. Las sacamos de su zona de confort, que ellas mismas se dan cuenta que pueden”.

UN AMBIENTE SEGURO PARA DESARROLLARSE

Ningún cabello ni rostro es igual. Ahí radica gran parte de la habilidad y artesanía que van formando estilistas y maquillistas a lo largo de su carrera. Pero a veces se olvida que se requiere otra habilidad fundamental: saber escuchar y comunicarse con las clientas: la finura de interpretar lo que la clienta quiere y se imagina.

Todas estas habilidades requieren capacitación. Además de la mentoría constante, Betty prioriza la inversión en

cursos y talleres de belleza para quienes tengan el interés de crecer y desarrollarse.

Además del concurso y la educación continua, la CEO se sienta con cada estilista al inicio del año para revisar su plan de carrera: aprendizajes; experiencias; avances; aprendizajes y hacia dónde quieren crecer.

En una industria donde los acuerdos entre empleados y empleadores muchas veces son informales y de corta duración, destaca que Ponte Guapa fue la primera empresa de belleza en México en conseguir la certificación Great Place to Work, inclusive figurando en los 10 puntajes más altos de empresas de su tamaño.

Ponte Guapa consiguió este resultado, porque le da formalidad a sus empleadas: seguro social y reportando sueldos reales. Además de la incapacidad de ley, la empresa también ofrece esquemas de maternidad que incluyen un año de salidas temprano para que quienes tengan hijos puedan atenderlos.

Otro beneficio para las empleadas son los esquemas de horario flexible, que se van adaptando a las necesidades de cada una de ellas: por ejemplo si puede trabajar por las mañanas pero necesita estar con sus hijos por las tardes o solo puede trabajar los fines de semana.

En todo momento se busca que las colaboradoras estén bien en tres ámbitos de su vida: el laboral, el familiar y el espiritual. Así, se ha formado una comunidad.

Para Betty, Ponte Guapa se trata de hacer sentir mejor a las mujeres consigo mismas: más bellas y más seguras. Y por supuesto, consentidas a través de la experiencia.



“Lo que más me enorgullece es formar las habilidades de nuestra gente. Las sacamos de su zona de confort, que ellas mismas se dan cuenta que pueden”

— BETTY GUAJARDO
CEO

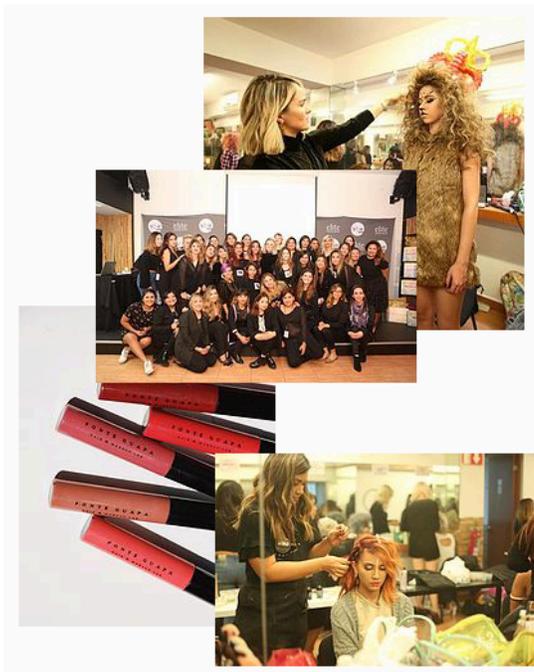
MANOS QUE EMBELLECEAN, TALENTOS QUE CRECEN

En la empresa abundan casos como el de Laura Pérez, que empezó trabajando como recepcionista y, gracias al entrenamiento hands-on y mentoring que recibió al apoyar a Operaciones y Recursos Humanos, ha logrado convertirse en Gerente de Talento y Cultura dentro de la empresa.

“Ponte Guapa es un lugar de oportunidades. Un lugar para florecer, donde se respira mucho la cultura de trabajo en equipo. En muchas ocasiones ayudé a otras compañeras y eso me abrió las puertas para que pudiera levantar la mano”, dijo Pérez.

Griselda Reyna, que trabajó tres años en Ponte Guapa, avanzó de ser colorista auxiliar a ser una colorista certificada. Después de tomar las capacitaciones y de aprovechar el crecimiento que logró junto con Betty, decidió emprender y está en el proceso de establecer un salón propio.

“Al principio yo tenía el temor de que no iba a poder hacer las cosas bien. Pero Betty me puso a la mano muchos cursos y los aproveché. En lo personal mi crecimiento fue muy bueno porque pude tener tiempo con mis hijos, pude crecer en mis proyectos con buenos bonos y buenos sueldos, y en lo laboral me convertí en una estilista reconocida.”



“Ponte Guapa es un lugar de oportunidades. Un lugar para florecer, donde se respira mucho la cultura de trabajo en equipo. En muchas ocasiones ayudé a otras compañeras y eso me abrió las puertas para que pudiera levantar la mano”

— LAURA PÉREZ
GERENTE DE TALENTO Y CULTURA

EL SERVICIO A LA CLIENTA ANTE TODO

Con todas estas medidas, el ambiente de la empresa y la confianza entre Betty y su equipo les permite concentrarse en una meta principal: el lograr que las clientas se sientan valoradas y apreciadas. “Muchas veces las mujeres damos todo y nos dejamos al final”, dice, “pero este debe ser un lugar donde las clientas deben sentirse consentidas”.

“Esta industria estaba al revés. El estilista era el protagonista y la clienta lo seguía. Nosotros nos enfocamos en dar una experiencia de servicio, y una cultura positiva se traduce en un servicio placentero y, por tanto, mejor negocio”, explica Guajardo.

La cultura, además, está guiada por un código de honor que incluye directrices como “En Ponte Guapa somos agradecidas” o “Nunca dejo a una compañera cuando necesita ayuda.”

Victoria Noriega cree que esto es un diferenciador muy grande de otros salones. “A una estilista siempre la catalogan como la que vende. Pero aquí nos vemos como asesoras de imagen”, dice.

Esta concepción implica, ante todo, ser honestas con lo que necesitan las clientas: evitar tratamientos innecesarios y usar productos de calidad en vez de productos baratos que, aunque crean más ingresos, no son buenos para su cabello a largo plazo. Además, cuando a las clientas no les satisface completamente el servicio del salón, el equipo busca dar seguimiento y ofrecer alternativas .

Betty Guajardo entiende este trato como una relación humana muy especial: “Hay una conexión muy fuerte entre la estilista y la clienta. Es una persona que te ayuda a sentirte más bonita y mejor contigo misma. No se trata de hacer cosas solo por el dinero.”

Este compromiso también fortaleció una relación entre Betty como empresaria y su fuerza de trabajo. Laura Pérez lo pone de una manera sencilla: no es solo una jefa, sino una persona que encarna liderazgo.

“Es muy inspirador trabajar con ella. Es muy inteligente, muy emprendedora y muy visionaria porque siempre trata de transmitir que se pueden hacer las cosas diferentes y buscar el cómo sí. Te deja opinar, levantar la mano y crear,” comenta Pérez.

“Yo he visto vidas transformadas en Ponte Guapa, e incluyo la mía”, concluye.



La Iniciativa Capitalismo Social del Centro Eugenio Garza Sada se dedica a impulsar esta corriente de pensamiento para detonar reflexiones e inspirar compromisos hacia un modelo que contribuya al bien común y genere desarrollo económico.

Se basa en el legado histórico de liderazgo humanista del empresariado regiomontano, expresado en los principios de Libre Emprendimiento, Dignidad Humana y Compromiso social.

La Iniciativa comprende cuatro ejes de trabajo: investigar buenas prácticas de impacto social desde la empresa y de la percepción social del sector privado; desarrollar contenidos de alto impacto sobre el capitalismo social; capacitar una nueva generación de empresarios sociales y divulgar a través de medios masivos, digitales y espacios de encuentro.