Guido Lara:
Liderazgo que une la comunicación y la investigación.



Guido Lara, fundador y CEO de LEXIA Insights & Solutions cumple un cuarto de siglo de carrera profesional. Una trayectoria de liderazgo reconocida ampliamente por sus colegas.

Recorrido caracterizado por ir más allá de barreras y fronteras al crear valor de entendimiento y persuasión en un trayecto que va desde la obtención del título de Doctor en Teoría de la Comunicación y Métodos de Investigación Social en la Universidad Complutense de Madrid en 1996 **hasta la consolidación de LEXIA como una empresa líder en la comprensión de lo que siente y quiere la gente como de partida de soluciones de mercadotecnia, branding y comunicación.**

INVESTIGAR PARA COMUNICAR

Mario Campos, el reconocido periodista y comunicador lo dice así: “La aportación clave de Guido a la industria de la comunicación y a la sociedad mexicana ha sido colocar a la investigación en el centro del proceso de la comunicación. Con demasiada frecuencia los actores, empresas, actores políticos o las organizaciones de sociedad civil asumen que para comunicar lo único relevante es tener claro cuáles son tus mensajes. La perspectiva de la investigación lo que hace es colocar en el centro al receptor, a sus ideas, creencias y sus prejuicios y a partir de ahí construir las mejores formas de comunicar”.

> **“La aportación clave ha sido colocar a la investigación en el centro del proceso de la comunicación”**

El experto en comunicación estratégica **Vicente Rodríguez Woog**, hermano del finado Manuel con quien Guido Lara arrancó su actividad empresarial, lo ve así: “Mientras en el mercado abundan los recolectores de datos y opiniones, nadie como Guido Lara para comprenderlos, interpretarlos y convertirlos en propuestas concretas de acción. Sus análisis y recomendaciones son soportados por una combinación difícil de encontrar: **método riguroso, aguda intuición, basta experiencia, solidez teórica y visión global.** Es, indudablemente, uno de los más hábiles, profundos y competentes lectores del ánimo social en México. Además, **su estancia en los Estados Unidos a lo largo de ya casi una década, le permite ofrecer una perspectiva única para la comprensión de la compleja relación binacional,** lo que se traduce en aportaciones de gran valor para los clientes de LEXIA en ambos lados de la frontera”.

PROYECTAR LA IMAGEN DE LO MEXICANO EN EL MUNDO

Uno de los expertises que distinguen a Guido Lara es el conocimiento profundo sobre la imagen de México en el mundo. Uno de sus más destacados logros fue asumir el liderazgo para generar la estrategia de marca México (cuya identidad gráfica ha transcendido sexenios y ha vivido durante las administraciones de Fox, Calderón, Peña Nieto y López Obrador).

> **“Uno de sus más destacados logros fue asumir el liderazgo para generar la estrategia de marca México”**



GUIDO LARA FUE ESTRATEGA EN JEFE Y LÍDER DEL PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE LA MARCA MÉXICO.

Así lo narra **Arturo Sarukhán** consultor internacional y ex embajador de México en los Estados Unidos: “En principio el Dr. Lara fue contratado para dirigir y coordinar estudios internacionales sobre la imagen de México en el mundo para posteriormente ser invitado a dirigir una estrategia integral de marca nación. **La claridad estratégica y los sólidos fundamentos identificados por los estudios de imagen de México en el mundo dirigidos por el Dr. Lara han hecho posible que México siga utilizando la identidad gráfica creada bajo su supervisión y liderazgo hace ya más de quince años.** La marca nación creada por el Dr. Lara ha recibido cientos de millones de dólares de inversión en actividades de turismo, atracción de inversiones, exportaciones, radicación de empresas e intercambios culturales de México con el mundo”.

Otro profesional que ha recorrido mundo en sus encargos como periodista y corresponsal internacional en Lituania, Londres, Washington DC y ahora en el Financiero Bloomberg es **Leonardo Kourchenko** quien ha encontrado en Guido Lara a un analista único “para explicarnos los fenómenos de opinión pública de los Estados Unidos con unos lentes mexicanos que nos ayudan a entender las implicaciones sociales y culturales que tienen para nosotros, es un placer hacer programas de TV y transmisiones especiales con el Dr. Lara”.



GUIDO LARA EN LOS ESTUDIOS DE BLOOMBERG EN NUEVA YORK DURANTE LA ELECCIÓN DEL 2016.

ENSAYISTA SOBRE NUESTRA MENTE SOCIAL

Otra faceta relevante de Guido Lara radica en sus artículos y ensayos. Ángulo que destaca **José Carreño Carlón,** Director General del Fondo de Cultura Económica "es un analista profundo de la mente social del mexicano, lo que se revela en la autoría de textos relevantes en el campo de la comunicación y los estudios de mercado y opinión pública".

> **"analista profundo de la mente social del mexicano"**

Entre las principales obras de Guido Lara destacan:

TESIS DOCTORAL:

"Discursos de los jóvenes mexicanos sobre la modernización salinista: Una aplicación concreta del Grupo de Discusión", presentada en la Universidad Complutense de Madrid, merecedora de la distinción "cum laude". (1996)

ARTÍCULO ACADÉMICO:

El aporte de la investigación cualitativa en la campaña presidencial de Vicente Fox. Conferencia Esomar. (2001)

INFORME DE INVESTIGACIÓN:

La imagen de México en el mundo, primeros pasos para construir una marca Nación. Presidencia de la Republica. (2003)

GUÍA DEL PRACTICANTE:

Manual para sesiones grupales. Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercado (AMAI). (2008)

LIBRO:

Comunicación Política y Democracia, editado por Cal y Arena. (1997)

ARTÍCULOS DE OPINIÓN:

Las 11 reformas estructurales de nuestra mente social, publicadas en el portal Animal político. (2013)

REVISTA MENSUAL:

Retrato de un liberal salvaje Revista Nexos. (2011-2018)









EL APRECIO DE SUS COLEGAS

Especial afecto y reconocimiento ha cosechado Guido Lara entre sus colegas del mundo de la Investigación de Mercados y Opinión Pública.

El omnipresente y destacado encuestador **Roy Campos** señala “desde que inició su carrera se distinguió por ser distinto, lo conocí por ahí de 1998, hace 20 años y **siempre fue disruptivo, no seguía a los demás ni en metodología ni en forma de interpretar, poco a poco fue demostrando que tenía la verdad y hoy es referencia por su gran empatía en todos los ambientes y su capacidad de comunicar los hallazgos.** Si algo lo distingue es ir con el avance mundial, nunca se ha quedado atrás y ha innovado; como sea, el ser humano seguirá siendo ser humano y requerirá se le entienda y nadie como Guido para ello.”

> **“el ser humano seguirá siendo ser humano y requerirá se le entienda y nadie como Guido para ello”**

Otro encuestador líder, **Francisco Abundis,** director de Parametría, destaca así su rol “Como investigador es alguien serio, profesional y exitoso, que ha contribuido mucho a la discusión. El ejemplo más claro es lo que ha logrado con LEXIA. **Ante un escenario donde los estudios cualitativos fueron muy cuestionados, la labor de Guido fue fundamental para su validación y su reputación.** LEXIA ha aportado elementos y ha validado la utilización de los estudios cualitativos en nuestra industria. El trabajo de Guido ha probado que la investigación cualitativa es una ciencia tan dura como lo que hacemos los cuantitativos”.



PRESENCIA PERMANENTE COMO KEY NOTE SPEAKER EN CONFERENCIAS

Sobre estas aportaciones que ponen lo humano en el centro, **Mónica García**, Directora General de NODO comenta "**Guido es una referencia del medio en México porque integró la comunicación y otras disciplinas en la investigación, eso es LEXIA.** Una empresa que tiene un espíritu para realizar cosas distintas, modernas, están más enfocados en los insights que en un tema, método o tipo de investigación específica. Esta forma de pensar, esta forma de abordar a través de otras prácticas y otras fórmulas para llevar mejores resultados a los clientes es algo muy de Guido, que ha hecho que LEXIA sea una compañía distinta y única".

Otra personalidad de la industria, protagonista en la relación entre las marcas y los consumidores es **Ricardo Barrueta** Director General de GFK quien señala "**con su característica agudeza de pensamiento y su gran capacidad de observación ha transformado su interés por los temas sociales de México en importantes aprendizajes que han sido utilizados en beneficio de los mexicanos** por entidades públicas y privadas de nuestro país".

Guido Lara valora la colaboración sistemática para el bien del ecosistema de servicios de comunicación e investigación, así lo reconoce Alejandro Garnica, Vicepresidente Ejecutivo AMAI: "**Guido Lara ha sido una figura emblemática, no solamente en México sino en otros países, por compartir conocimientos, como conferenciante, profesor, escritor y mentor** es una persona que tiene una capacidad única para explicar las cosas y ayuda a las personas que tienen que tomar decisiones a partir de esa comprensión profunda. Es uno de los mejores ejemplos de la segunda generación de grandes investigadores nacionales, lo que ha hecho que tenga mucho éxito en todo lo que ha emprendido".



Concuerda con esto su amigo, socio y compañero de mil batallas **Claudio Flores Thomas**, vicepresidente de LEXIA “Guido tiene un perfil humanista con una preocupación especial por la mezcla entre paradigmas. Es un curioso, le encantan distintos temas y **se ha enfocado en articular las ciencias sociales, el arte, el humanismo y la imaginación metodológica, pero sobre todo es un visionario que nos enseña el camino**”.



EL MAYOR ORGULLO DE GUIDO LARA SON LOS MÚLTIPLES LOGROS DE LEXIA ALCANZADOS DE LA MANO DE UN GRAN EQUIPO DE CONSULTORES E INVESTIGADORES COMANDADO POR SUS SOCIOS Y AMIGOS CLAUDIO FLORES THOMAS, LAURA R. VELAMAZÁN, ALINE ROSS, KARINA VEGA, ROSARIO ZAVALA Y YOLANDA BARRITA

Guido Lara, es un líder moderno que comparte la idea de Ralph Nader quien ha dicho “"Empiezo con la premisa de que la función del liderazgo es producir más líderes, no más seguidores”. Hoy LEXIA es una escuela de líderes en el campo de la investigación, la mercadotecnia, el branding y la comunicación, así lo sintetiza Mario Campos “Otra gran aportación es haber construido una organización que se ha convertido en una formadora de talento. Hoy LEXIA no solamente es una consultora sino una escuela de consultores e investigadores con una mirada multidisciplinaria que permite incorporar elementos como la sociología, mercadotecnia, comunicación, análisis político para generar soluciones que nos conecten mejor como seres humanos”.