



# Valeria Domínguez:

**"I had a feminist father in both his thought and action"**

**"Tuve un padre feminista en pensamiento y actuación"**

By Inés Dolz

**VALERIA DOMÍNGUEZ** (Executive MBA 2013) es fundadora y CEO de Digital Influencer. Antes fue directora de e-commerce y multicanalidad y miembro del Comité de Dirección de Adolfo Domínguez. A sus 35 años, con un grado en ingeniería y dos MBA a sus espaldas, es una experta en comercio electrónico y todo un ejemplo de empoderamiento femenino.

De Estados Unidos, donde vivió 14 años, llevó a Adolfo Domínguez "una visión procliente". Se dio cuenta de que el cliente no quiere asumir el riesgo de una compra online que no le complazca, y suprimió los gastos de envío y devolución. "Al cliente hay que mimarlo primero. Por detrás ya veremos cómo hacer que los números cuadren". Con esa decisión, aumentaron las ventas en un 80%.

La segunda parte de la filosofía que instauró en la compañía fue "una forma de trabajar más creativa, menos jerárquica y que confía en el talento de cualquier edad". Para que esto funcione, dice, "tienes que dedicar mucho tiempo a reclutar, formar y retener el talento". También "despenalizaron" el error: "si algo no funciona, se rectifica".

Tras este claro éxito, decidió ayudar a otras empresas a lanzarse al ruedo del e-commerce. Digital Influencer actúa como una consultora digital al estilo de TripAdvisor o Yelp. "Quiero crear una comunidad donde los profesionales digitales puedan tomar mejores decisiones y que promueva el acceso de jóvenes a trabajo de calidad". Digital Influencer ofrecerá listas de las mejores oportunidades laborales, recursos educativos, conferencias, soluciones tecnológicas y agencias de implementación. Además, la empresa apoyará "valores de respeto hacia los animales", donando un 5% de sus beneficios a dicha causa.

Domínguez adelanta para *Ideas* un consejo que suele dar a las compañías que se lanzan al ruedo del comercio electrónico: que el director de e-commerce tenga un papel destacado en la estructura organizativa, dependiendo del CEO y no de otro departamento como el de marketing. Y que sea "una persona que entienda por dónde va el mercado y no se deje llevar por modas que luego no son adoptadas por el usuario final". También recomienda apostar por tecnologías *open source* -que ofrecen su código abierto para que cada cual lo adapte libremente- para que los proyectos sean rentables.

Domínguez, además, está interesada en contribuir, con su participación en distintos eventos, "a que la mujer tenga acceso a oportunidad". Ella tuvo la suerte de "tener un padre feminista en pensamiento y actuación", motivo de que en su familia abundan las mujeres "fuertes, profesionales e independientes".

"Las mujeres no están llegando a la cima de ninguna profesión a nivel global", dice, aunque también añade: "hemos conseguido mucho más en el ámbito laboral que en el hogar". Para ella, los ambientes de trabajo mixtos son "los más efectivos y balanceados". Pero la familia "es una co-creación y el trabajo que conlleva también debe ser equitativo".

Su clave para superar los obstáculos es "verlos como algo temporal". Recomienda "seguir estudiando mientras trabajas", porque aporta frescura. "Nuestras creencias limitantes y las de nuestro entorno nos bloquean el camino. Los valores son dinámicos y todos somos responsables de su evolución hacia una dirección de mayor amabilidad y respeto".

**VALERIA DOMÍNGUEZ** (Executive MBA 2013) is the founder and CEO of Digital Influencer. Before that she was the director of e-commerce and multichannel and a member of the executive committee of Adolfo Domínguez. At age 35, with a degree in engineering and two MBAs under her belt, she's an expert in electronic business, and a real example of female empowerment.

From the United States, where she lived for 14 years, she brought to Adolfo Domínguez "a pro-client vision". She realized that a customer doesn't want to assume the risk of an online purchase that isn't the right one, and so she got rid of the expenses for delivering and returning an article. "The first thing you have to do with clients is pamper them. We'll worry about how the numbers tally up later." Once that decision was taken, sales increased 80%.

The second part of the philosophy she instilled in the company was "a more creative way of working. One that is less hierarchical, that trusts in talent at any age." So that this would work, she says, "you have to spend a great deal of time recruiting, training and retaining talent." They also stopped penalizing mistakes: "If something doesn't work, it's rectified."

After the obvious success, Domínguez decided to help other companies, and jumped into the e-commerce ring. Digital Influencer is a kind of digital consultancy in the style of TripAdvisor or Yelp. "I want to create a community that allows digital professionals to make the best decisions, and that provides access to quality work for young people." Digital Influencer will offer lists of the best job opportunities, educational resources, conferences, technological solutions and implementing agencies. In addition, the firm will support "respect towards

animals" by donating 5% of its profits to this cause. Domínguez reveals to *Ideas* some advice that she usually gives companies that are getting into the field of electronic commerce: the director of e-commerce should have an important role in the firm's organizational structure, reporting to the CEO rather than to another department, such as marketing. And he or she should be "a person who understands where the market is going and isn't influenced by trends that later are not adopted by the final user." She also recommends betting on open source technology -where codes are open so that each user can adapt them freely- so that projects can be profitable.

With her participation in different kinds of events, Domínguez is also interested in helping "women get access to opportunities." She was lucky enough "to have a feminist father in thought and action," which is why in her family there are "strong, professional, independent women."

"On a global level, women aren't reaching the top in any profession," she says, although she adds that "we have achieved much more in the workplace than at home." She feels that mixed teams in the workplace are "the most effective and balanced solution." But the family is a "co-creation, and the work it involves should also be shared."

Her key to overcoming obstacles is "to see them as something temporary." She recommends that you "keep on studying while you work", because this brings freshness. "Our limiting beliefs and those in our surroundings block the road for us. Values are dynamic and we are all responsible for how they develop in a direction that is friendlier and more respectful."