

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

CHILE



Andrés Silva

Fundador de
Flumarketing

Una mentalidad
innovadora y adaptable
es vital en estrategia digital

● Álvaro Cuco de Venegas

Chief Strategy Officer

“Es fundamental reforzar la idea nuclear de que es más importante comunicar que imponer”

● Ivalú Burucker Bowen

Directora Comercial en CheckPersons SpA

El microlearning como clave para la transformación del talento operativo

● Ángel Vargas Bahamonde

Directora Comercial en CheckPersons SpA

Talento neurodivergente como motor de innovación en el mundo digital

● LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS: Un evento imprescindible para empresarios y líderes de negocios

Capital Humano y
Transformación Digital:
Propósito en Acción



TRANSFORMACIÓN DIGITAL - GESTIÓN DEL CAMBIO - INNOVACIÓN Y DESARROLLO

IMPULSA TU ORGANIZACIÓN

MENTORÍA Y LIDERAZGO

Te ofrecemos certificaciones en liderazgo diseñadas para transformar tu carrera y llevar tus habilidades al siguiente nivel. Aprende estrategias efectivas para liderar equipos, proyectos y organizaciones con confianza y visión.



www.marmunoz.biz



+1 (786) 605 7875



Liderazgo empresarial ante desafíos financieros

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial Factor de Éxito

En esta edición, exploramos la fascinante intersección entre el Capital Humano y la Transformación Digital, dos fuerzas que están redefiniendo el panorama laboral a escala global, con un enfoque particular en Latinoamérica. Estos elementos catalizadores no solo están alterando la forma en que trabajamos, sino que también están creando un nuevo paradigma en la manera en que concebimos y valoramos el trabajo en sí mismo.

La intersección entre el talento humano y la revolución tecnológica presenta desafíos únicos, pero también ofrece oportunidades sin precedentes para reinventar nuestros entornos laborales. Nuestro objetivo es proporcionar una visión integral de cómo el capital humano y la transformación digital están moldeando el futuro del trabajo, destacando las mejores prácticas, los obstáculos a superar y las estrategias para alinear el propósito individual con los objetivos organizacionales en esta nueva era.

Latinoamérica se encuentra en un punto de inflexión crucial. Según un informe reciente del Banco Interamericano de Desarrollo, solo el 45% de las empresas en la región han adoptado tecnologías digitales en sus procesos de producción. Esta cifra subraya la urgente necesidad de acelerar la transformación digital. Sin embargo, la verdadera revolución no reside únicamente en la tecnología, sino en las personas que la implementan y utilizan.

El capital humano es el motor que impulsa esta transformación. Un estudio de McKinsey revela que el 87% de las empresas en todo el mundo ya están experimentando una brecha de habilidades o esperan enfrentarla en los próximos años. En Latinoamérica, esta brecha es aún más pronunciada, con solo el 33% de los trabajadores poseyendo habilidades digitales avanzadas, según datos de la CEPAL.

Más allá de las cifras, nos encontramos ante una oportunidad única para redefinir el significado del trabajo en la era digital: el propósito, la fuerza interna que nos impulsa, que da sentido a nuestras acciones y nos conecta con algo más grande que nosotros mismos. En el contexto de la transformación digital, este propósito adquiere una nueva dimensión, convirtiéndose en el puente que une la tecnología con el factor humano.

La transformación digital no se trata solo de implementar nuevas tecnologías, sino de crear una conexión emocional que nutra la experiencia laboral. Es el escenario ideal donde convergen significado y motivación, permitiendo a los trabajadores no solo adaptarse a los cambios tecnológicos, sino encontrar un sentido profundo en su trabajo diario.

Desde la perspectiva empresarial, la transformación digital presenta una oportunidad única para redefinir la relación con el capital humano. Las organizaciones en Latinoamérica deben reconocer que, más allá de la implementación de nuevas tecnologías, su éxito dependerá de

cómo cultiven y alineen el propósito de sus empleados con los objetivos corporativos.

Las empresas visionarias entienden que invertir en el desarrollo del propósito de sus empleados no es un lujo, sino una necesidad estratégica. Este enfoque no solo mejora la retención del talento, sino que también posiciona a la empresa como un líder en la era digital, capaz de atraer a los mejores profesionales que buscan más que un simple trabajo: buscan un propósito.

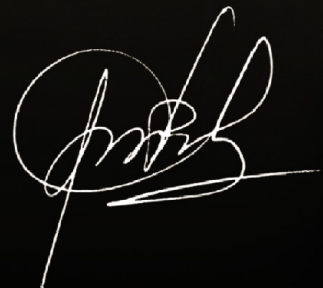
En Latinoamérica, donde el 40% de los empleos están en riesgo de automatización según la OIT, es crucial que las empresas y los trabajadores colaboren para encontrar ese equilibrio entre la eficiencia tecnológica y el propósito humano. Las organizaciones que logren esta sinergia no solo serán más competitivas, sino que también crearán entornos laborales más satisfactorios y productivos.

En un mundo donde las exigencias laborales y las distracciones son constantes, encontrar y mantener un propósito puede parecer un desafío. Sin embargo, es precisamente en este contexto donde el propósito se vuelve más crucial que nunca. La transformación digital nos brinda herramientas poderosas, pero es nuestro sentido de propósito el que nos guiará en su uso ético y significativo.

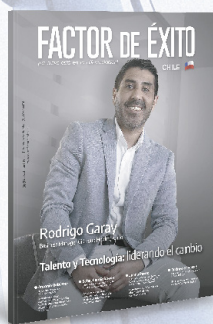
Recordemos que “el propósito más poderoso está relacionado con el servicio a otros”. En la era digital, esto se traduce en utilizar la tecnología no solo para optimizar procesos, sino para mejorar la vida de clientes, colegas y comunidades. Al enfocarnos en el impacto positivo que podemos generar, encontramos una fuente inagotable de motivación y satisfacción.

Es fundamental comprender que trabajar y vivir con propósito en la era digital es una elección personal. Aunque no siempre podemos cambiar nuestras circunstancias laborales de inmediato, sí podemos transformar nuestra percepción y actitud hacia ellas, encontrando significado incluso en las tareas más rutinarias o tecnológicas.

En fin, vivir con propósito en la era de la transformación digital es una elección que todos podemos hacer. Implica reflexionar sobre lo que realmente nos importa y cómo podemos alinear nuestras habilidades y pasiones con las oportunidades que nos brinda la tecnología. Al hacerlo, no solo mejoramos nuestra propia experiencia laboral, sino que contribuimos a crear un futuro digital más humano y significativo para toda Latinoamérica.



PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



DESCARGA TODAS NUESTRAS
EDICIONES AQUI



CHILE | COLOMBIA | ECUADOR | MÉXICO | PANAMÁ
REPÚBLICA DOMINICANA | MIAMI | ATLANTA | NEW YORK

[contenido]

portada



Una mentalidad innovadora y adaptativa es vital en la estrategia digital

pág. **12** | **Andrés Silva**
Fundador de Flumarketing

INTERVIEW



“Es fundamental reforzar la idea nuclear de que es más importante comunicar que imponer”

pág. **20** | **Álvaro Cuco de Venegas**
Chief Strategy Officer

INTERVIEW



El microlearning como clave para la transformación del talento operativo

pág. **30** | **Ivalú Burucker Bowen**
Directora Comercial en CheckPersons SpA

INTERVIEW



Talento neurodivergente como motor de innovación en el mundo digital

pág. **34** | **Ángel Vargas Bahamonde**
Data Engineer y Mgmt & Governance Associate en Accenture Chile

EMPRESARIALES VIP



Agencia de Sostenibilidad Energética

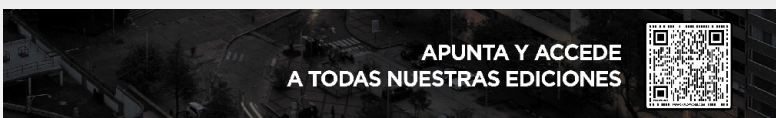
pág. **44** | El Ministerio de Energía Finaliza con Éxito Programa de Liderazgo para 31 Mujeres del Sector Energético En La Región Metropolitana

Premium Content

EX 2
PO 0
CUMBO 2
2
4
FACTOR DE ÉXITO

pág. **56** | **LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS**
Un evento imprescindible para empresarios y líderes de negocios

► Revista Factor de Éxito Chile Número 14, Año 3



CEO y Directora Editorial:
Isabel Mariella Figueroa de Rolo
i.figueroaderolo@revistafactordeexito.com

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Comité Ejecutivo:
Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa
Arianna Rolo Figueroa - Thony Da Silva Romero

CEO-Directora Editorial:
Isabel Figueroa de Rolo

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo:
Arianna Rolo

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Redacción:
Isamar Febres
Baudy Dávila

Asesora comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Eimy Pimentel

Digital Content Manager:
Gabriela Alfonso
Tina Pérez
Lina Bsaris

Web Master :
Juan Rebolledo

Digital Marketing Manager
Jacqueline Leon

Diseño y Diagramación:
Luis Gota
Daniel E. Gota
Hermes Flores

Asistente de Dirección Editorial:
Vanessa Vasquez

Portada:
Andrés Silva
Fundador de Flumarketing

Articlistas de esta Edición:
Thony da Silva Romero
Carla Reyna
Arianna Martínez Fico
Christopher Niquén
Ismael Cala
Gustavo Dos Santos

Revista Factor de Éxito Chile
info@chile.revistafactordeexito.com
Instagram: @RevistaFactordeExito
Twitter: @RevistaFDE
Facebook: Revista Factor de Éxito
www.revistafactordeexito.com

Sede Principal:
Factor de Éxito Rolga Group SRL
RNC 1-3135817-9
Dirección: Av. Lope de Vega #29, Novo Centro. Nivel 3.
Local C-6. Ensanche Naco. Santo Domingo.
Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.542.2479
info@revistafactordeexito.com

Nuevo líder

Mastercard anunció el nombramiento de Gustavo Arruda como economista Jefe para la región de América Latina y el Caribe (LAC) de la compañía. Con sede en São Paulo, Arruda será responsable de analizar las tendencias macroeconómicas desde la perspectiva del consumidor y ofrecer información valiosa sobre temas económicos para clientes, socios y legisladores.



Reportando directamente a Michelle Meyer, jefa de economía global y directora del Mastercard Economics Institute, Arruda se unirá a un equipo de expertos macroeconómicos dedicados a ofrecer poderosas perspectivas basadas en datos. Este grupo no solo proporciona análisis profundos, sino que también se compromete significativamente con clientes, socios y responsables políticos, enriqueciendo la toma de decisiones en el ámbito económico.

Arruda tiene un doctorado y un máster en Economía Aplicada por la Escuela de Economía de São Paulo de la Fundação Getúlio Vargas, y una licenciatura en Economía por la Universidad de São Paulo.

Este ejecutivo, se une a Mastercard desde BNP Paribas, donde recientemente ocupó la

jefatura de Economía en LATAM y el cargo de economista en jefe de Brasil. En este puesto, frecuentemente compartió ideas y perspectivas sobre las condiciones y tendencias económicas en América Latina con inversores, partes interesadas y medios de comunicación especializados. Bajo su liderazgo, el Banco Central de Brasil reconoció a BNP Paribas como uno de los principales pronosticadores.



Protección digital

Las PyMEs, entidades que representan más del 90% de los negocios a nivel mundial, enfrentan una creciente amenaza de ciberataques que van desde la violación de datos hasta los ataques de ransomware. Tan solo en 2023, Kaspersky bloqueó 288 millones de intentos de ataque contra pequeñas y medianas empresas en América Latina, y de ellos, más de 91 millones fueron intentos de ataque de phishing. En Centroamérica uno de los países que lidera estas cifras es Costa Rica con 1.6 millones de intentos de ciberataque contra las PyMEs y 742 mil intentos de phishing.

Estas alarmantes cifras explican la urgencia de que Pequeñas y Medianas Empresas adopten una postura proactiva en materia de ciberseguridad. Las consecuencias de descuidar la ciberseguridad de una PyME pueden ser devastadoras, incluyendo pérdidas financieras,

interrupción de las operaciones y daños a la reputación. El hecho de que estos negocios no tengan medidas de seguridad robustas como las grandes corporaciones, las convierte en objetivos más fáciles y atractivos para los ciberdelincuentes.

Ante este escenario, Kaspersky presenta los seis pilares de ciberseguridad que las PyMES deben considerar para resguardar su negocio:

1. Asegurar la protección de datos.
2. Evitar la interrupción del negocio.
3. Garantizar la seguridad en la nube.
4. Reducir las probabilidades de vulneración.
5. Promover una adecuada higiene digital.
6. Contar con una solución de seguridad.



“Para la ciberdelincuencia no hay enemigo pequeño y las PyMES se han vuelto un blanco redituable, lo que obliga a estos importantes actores de la economía a protegerse en todos los frentes”, comenta Daniela Alvarez de Lugo, gerente general para la región Norte de América Latina en Kaspersky.

Iniciativa innovadora

El Ministerio de Energía, en colaboración con la Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE), ha lanzado una innovadora iniciativa para fortalecer las habilidades de liderazgo en un grupo de mujeres atacameñas del sector energético. El objetivo es integrarlas en la toma de decisiones cruciales para avanzar hacia un futuro libre de emisiones de carbono, en el marco de la transición energética que está viviendo Chile.

Este cambio global representa un desafío que requiere un enfoque diverso, donde la participación de mujeres en la industria es esencial. Para liderar este proceso, Chile necesita mujeres altamente capacitadas, conscientes de su

responsabilidad y preparadas para guiar esta transformación.

Para lograrlo, el Ministerio de Energía y la AgenciaSE han desarrollado el programa “Liderazgo para Mujeres en Energía”, diseñado para reforzar habilidades, destacar las trayectorias laborales de 42 mujeres atacameñas del sector público y privado, y apoyar su avance hacia posiciones de toma de decisiones.

El programa, con una duración de 30 horas, se divide en sesiones presenciales y online. Las participantes aprenderán técnicas de autoconocimiento a través de dinámicas grupales, participarán en sesiones online en



grupos reducidos para fomentar la construcción de vínculos y la confianza necesaria en equipos de alto desempeño, y asistirán a talleres de corporalidad que desarrollan la capacidad adaptativa desde la coherencia entre cuerpo, emoción y lenguaje.

Nueva Normativa

En julio de 2026, entrará en vigencia la esperada normativa que regulará el sistema de finanzas abiertas (SFA), también conocido como open banking, en el marco de la Ley Fintech. Esta normativa ha captado la atención de los gremios financieros, y desde la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) se espera que traiga los beneficios prometidos por la Ley Fintech, especialmente en términos de mayor competencia e inclusión financiera.

“Lo primero que debemos entender es que las finanzas abiertas - u open banking - son un conjunto de reglas y procedimientos que permiten a los usuarios del sistema financiero compartir sus datos en forma segura para obtener mejores condiciones en la contratación de servicios financieros. Los

proveedores de servicios podrán conectarse vía API - que es una interfaz de programación de aplicaciones - con las instituciones financieras de sus clientes”, explica Mauricio Benítez, Socio de SW Consulting y director de CryptoMKT.

Respecto de la obligatoriedad y regulación, la CEO del exchange CryptoMKT, María Fernanda Juppet, explica que “la regulación establece que deberán ser parte del sistema aquellas entidades que califiquen como Instituciones Proveedoras de Información e Instituciones Proveedoras de Cuentas, como es el caso de bancos, emisores de tarjetas de pago con provisión de fondos, compañías de seguros, cooperativas de ahorro y crédito que son fiscalizadas por la CMF. Además, se registrarán las entidades que presten servicios de iniciación de pagos, según lo



indicado en el artículo cuarto transitorio de la Ley Fintech”.

Desde la CMF explicaron que se fijaron las condiciones que deben cumplir las entidades participantes del SFA para resguardar la integridad, disponibilidad, seguridad y confidencialidad de los datos involucrados en cada transacción y la adecuada protección de la información de los clientes.

Construyendo el futuro energético

Los representantes de las entidades socias de WEC Chile se reunieron en el encuentro “Envision”, que marcó el cierre de un proceso colaborativo de dos meses para construir la propuesta de valor de la organización para los próximos años.

Para diseñar la nueva estrategia, se llevaron a cabo entrevistas con distintos stakeholders y mesas de trabajo con la participación y aportes de los miembros



del directorio de WEC Chile. Este proceso culminará en un documento que delinearé los márgenes y énfasis institucionales futuros.

“La jornada que tuvimos fue súper satisfactoria, porque dio cuenta del amplio consenso y apoyo que existe entre los socios respecto de los programas, actividades y focos que tiene WEC Chile, como también de los aspectos a los que debemos abocarnos en el futuro”, expresó la presidenta del directorio, Karin Niklander.

“La colaboración es la clave para enfrentar los desafíos que se nos presentan y juntos estamos comprometidos en trabajar en soluciones innovadoras y sostenibles para el futuro de la energía en Chile”, afirmó María Trinidad Castro, directora ejecutiva de la organización.

“El programa de liderazgo femenino evidencia cada año un interés impresionante. Cada vez hay más interés en participar y además genera un sentimiento de pertenencia. Otra de las cosas que se destacan es que efectivamente WEC es un terreno neutral donde se tratan los temas de fondo desde una perspectiva súper transversal”, comentó Alejandra Pereira, embajadora de Women in Energy WEC Chile.

“Aquí estamos definiendo cuál es la visión que queremos para los próximos 5 años, incluso hasta 10 años. Fue un encuentro donde también se profundizó sobre el ‘Kids& Energy’ y la manera de escalarlo. Personalmente, me gustaría hacerlo seis o siete veces al año y en las zonas más rurales del país”, concluyó Óscar Morales, consejero de WEC Chile.

Alianza estratégica

Durante su visita a Chile, Dilhan Fernando, CEO de Dilmah, formalizó una alianza con INACAP con el propósito de elevar la excelencia en la educación gastronómica y promover la sostenibilidad en el sector.

Desde el 2013 esta colaboración ha facilitado la realización de clases magistrales, entrenamientos en maridajes y diversas actividades, beneficiando a estudiantes y docentes en Hotelería y Gastronomía.

Durante la ceremonia, Dilhan Fernando presentó la Historia y Educación de Dilmah, dando cuenta de su firme compromiso con la autenticidad del té, la pedagogía sobre su consumo, la innovación y la sostenibilidad.

El CEO de Dilmah, aseguró que “nuestras asociaciones

con estudiantes y escuelas son particularmente importantes porque tienes una perspectiva fresca. Tienes jóvenes que no están influenciados por una educación convencional, que están tratando de ver cuál es su camino a seguir y tú les das esta hierba, y ellos crean magia. Personalmente aprendo mucho”.

Junto con esto, agregó que “la investigación es entender la relevancia del té en los estilos de vida modernos. Y como los estilos de vida están cambiando, ellos son la próxima generación que ingresará al mercado y estarán preparados para guiarnos en las nuevas tendencias”.

“Es una alianza muy importante, porque nos permite desarrollar diferentes tipos de comida en nuestros aprendizajes, y así poder combinarlos o maridarlos con distintos tipos de té”, comentó Lucas



Palacios, rector de INACAP.

Por último, Cristian Pastene, Brand Representative and Tea Trainer Dilmah Latam comentó que “como representantes de Dilmah en Chile, es muy importante establecer esta alianza con una institución tan destacada como Inacap. Esta colaboración nos permite compartir los mismos valores y pasión por el desarrollo de las futuras generaciones, empoderándolas con una bebida tan milenaria como el té”.

Global Digital Week reúne ecosistema tecnológico

La Global Digital Week In House, es un evento diseñado para reunir a los principales actores del ecosistema tecnológico global con el objetivo de fomentar la transformación digital y disminuir la brecha tecnológica. Este encuentro se desarrollará en su cuarta edición del 28 al 31 de octubre de este año en la Ciudad de México, en sedes corporativas de marcas de renombre mundial como Siemens, Alibaba, Zendesk, United Airlines y LinkedIn, entre otras.

El principal propósito del evento es proporcionar un espacio de intercambio de ideas, mejores prácticas y soluciones tecnológicas innovadoras que impulsen el

desarrollo de estrategias digitales en empresas y gobiernos. A través de una serie de experiencias B2B, paneles de discusión y networking de alto nivel, los participantes podrán conectarse con líderes de la industria, compartir conocimientos, y descubrir las últimas tendencias.

En este sentido se tocarán temas como: Digital Government, Chief Technology Officers, Martech y tecnologías para la sustentabilidad.

El Global Digital Week In House busca no solo inspirar y educar a los participantes, sino también facilitar la creación de alianzas estratégicas y promover el



acceso equitativo a la tecnología, contribuyendo a la construcción de un futuro digital más inclusivo y sostenible.

Startups Latam una puerta al ecosistema innovador de la región

El ecosistema Startups Latam, nacido en la región metropolitana de Santiago de Chile para conectar el mundo emprendedor tecnológico sigue expandiendo sus fronteras y anunció que ya todo está listo para la Week Startups Latam a desarrollarse en Ciudad de México el próximo 23 de octubre.

Este evento se realiza en varios países de Latinoamérica para reunir al ecosistema que le gusta conversar y hacer negocios en torno a las temáticas de tecnología, innovación y emprendimiento, comentó Sebastián Cumsille, Sales & Growth de esta comunidad regional.

Vale destacar que varios de los actores más importantes del emprendimiento que pertenecen a startups, corporativos tecnológicos y fondos de inversión estarán exponiendo las últimas tendencias tecnológicas, conectando con los asistentes y, por supuesto, buscando hacer negocios entre ellos.

Todas esas empresas que quieran hacer negocios, captar u ofrecer inversión y ser protagonistas de alianzas estratégicas, este evento: <https://startupslatam.com/> será un target ideal.





Andrés Silva

Fundador de Flumarketing

Una mentalidad innovadora y adaptable es vital en estrategia digital

Reconocido divulgador tecnológico y estrategia digital, comparte su visión sobre cómo las organizaciones pueden mantener un liderazgo en un entorno digital.

En la encrucijada donde convergen la tecnología y la innovación empresarial, Andrés Silva emerge como un pionero indiscutible. En un mundo donde la digitalización no es solo una tendencia, sino la columna vertebral del crecimiento y la transformación, Silva ha sabido posicionarse como una autoridad en el marketing digital y la reconfiguración tecnológica de las organizaciones.

Con más de 300 conferencias impartidas en 21 países, su influencia trasciende fronteras, ofreciendo ideas disruptivas y estrategias que están redefiniendo la gestión del talento y el rumbo del marketing.

Además de ser un estratega digital, es el fundador de Flumarketing.com, una plataforma que ha revolucionado el enfoque del marketing digital y la transformación organizacional. Su capacidad para fusionar teoría y práctica ha sido fundamental para su éxito, permitiéndole ofrecer soluciones innovadoras que abordan tanto los desafíos actuales como las oportunidades emergentes en el mercado.

Silva es también el autor de importantes obras como *Conexstrategia* y *Conexumidor*, y creador del influyente modelo de *El Calentamiento Global Digital*, que analiza cómo las organizaciones deben adaptarse a un entorno digital en rápida evolución.

En su papel como columnista no solo proporciona análisis profundos sobre las tendencias digitales, sino que también impulsa la conversación sobre la importancia de una visión proactiva y adaptativa en el marketing. Su enfoque se centra en cómo las empresas pueden utilizar la tecnología para no solo mantenerse competitivas, sino también para liderar en sus respectivas industrias.

Como TEDx Speaker con más de 1 millón de reproducciones, Silva ha logrado captar la atención global con sus ideas innovadoras y su capacidad para comunicar de manera efectiva la necesidad de una transformación digital bien ejecutada. Además, su rol como miembro del Buró Smart Speakers para EE.UU, México, Costa Rica, Colombia y Cono Sur, le ha permitido interactuar con líderes globales y compartir conocimientos valiosos que benefician a las organizaciones en diversos contextos.

También su experiencia como profesor visitante en prestigiosas instituciones como la Escuela de Gobierno de la Universidad Complutense de Madrid, España, Escuela de Negocios de la Universidad Católica del Uruguay y la Facultad de Ingeniería y Ciencias de la Universidad Adolfo Ibáñez, Chile, entre

otras,, refuerza su compromiso con la educación y el desarrollo profesional. Su enseñanza no solo prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos del mundo digital, sino que también les inculca una mentalidad orientada a la innovación y la adaptación continua.

En este espacio Silva aborda cómo las organizaciones pueden atraer y retener talento en un entorno digitalizado. Según Silva, las estrategias más efectivas incluyen la implementación de programas de formación y desarrollo continuos que aseguren que los colaboradores adquieran habilidades digitales relevantes.

Además, la creación de una cultura de innovación y colaboración, junto con la flexibilidad laboral, son claves para mantener el compromiso del talento. Silva destaca la importancia de ofrecer un entorno de trabajo inclusivo y diverso, así como un camino claro de crecimiento profesional para fomentar la motivación y la lealtad del personal.

Un ejemplo concreto de cómo la transformación digital puede empoderar a los empleados y resultar en un crecimiento significativo es el caso de Schneider Electric. Según Silva, la compañía europea logró implementar un programa de transformación digital que empoderó a su capital humano en el uso de herramientas de análisis de datos y automatización de procesos. Este enfoque no solo mejoró la productividad y eficiencia operativa, sino que también contribuyó a un aumento en los ingresos y una mayor satisfacción laboral entre los colaboradores.

En su rol como fundador de Flumarketing.com, promueve la innovación a través del fortalecimiento de la seguridad psicológica en los equipos de trabajo y la incorporación de diversidad, creatividad y liderazgo en sus eventos. La política sistemática de empoderamiento de los colaboradores es fundamental para mantener una cultura de innovación constante. Silva enfatiza que la calidad humana y el crecimiento personal son aspectos cruciales en el liderazgo, y que fomentar el valor del conocimiento y la humildad para el aprendizaje continuo son elementos esenciales para desarrollar líderes efectivos.

El modelo de *El Calentamiento Global Digital* creado por Silva, subraya que la verdadera certificación de la calidad en la Era Digital no se encuentra en certificados formales, sino en la percepción de la marca por parte de los consumidores en internet. Esta visión ha sido



confirmada por estudios que muestran que las recomendaciones en línea tienen un impacto significativo en la confianza del consumidor, destacando la importancia de una gestión digital efectiva y auténtica.

En su rol como columnista, Silva utiliza sus escritos para desafiar a sus lectores a adoptar una visión de futuro exponencial en lugar de una perspectiva lineal, preparándolos para cambios tecnológicos disruptivos y convirtiendo estos desafíos en oportunidades. La capacidad de anticipar y adaptarse a la rápida evolución tecnológica es esencial para mantenerse competitivo en el campo del marketing y la tecnología.

Para los jóvenes profesionales que buscan destacarse en el marketing digital y la tecnología, Silva ofrece consejos valiosos: adquirir habilidades técnicas actualizadas, construir una presencia en línea sólida, participar en proyectos innovadores y desarrollar habilidades blandas como la comunicación efectiva y el trabajo en equipo. También enfatiza la importancia de buscar mentoría y networking para obtener orientación estratégica y abrir puertas en el campo profesional.

La trayectoria y el enfoque del profesor, ofrecen una visión inspiradora sobre cómo las organizaciones pueden liderar en un mundo digitalizado, no solo mediante la adopción de tecnologías avanzadas, sino también mediante el fomento de una cultura de innovación y el desarrollo continuo del talento. Su trabajo y su pensamiento estratégico son un testimonio del impacto que una visión bien fundamentada y un liderazgo efectivo pueden tener en el éxito de las organizaciones en la era digital.

¿Qué estrategias específicas ha observado como las más efectivas para atraer y retener talento en organizaciones que están adoptando la digitalización?

Las estrategias más comunes y efectivas que he observado para atraer y retener talento en organizaciones que están adoptando la digitalización están estrechamente relacionadas con la implementación de programas de formación y desarrollo continuos, que garanticen que los colaboradores adquieran habilidades y competencias digitales relevantes para la compañía. En otro eje, son claves las estrategias que promueven una cultura de innovación y colaboración en espacios de trabajo off y online.

También he visto que es fundamental ofrecer flexibilidad laboral, como el teletrabajo y horarios a la medida del colaborador. La creación de un entorno de trabajo inclusivo y diverso, así como un claro camino de crecimiento profesional, son esenciales para mantener el compromiso y la motivación del talento digital, al interior de las organizaciones que lideran con éxito sus industrias.

¿Podría compartir un caso concreto donde la transformación digital en una empresa empoderó a los empleados y resultó en un crecimiento significativo?

Un caso concreto es el de la compañía europea Schneider Electric, que fue capaz de implementar con éxito un programa de transformación digital enfocado en empoderar a su capital humano con herramientas de análisis de datos y automatización de procesos. Al capacitar a su capital humano en el uso de estas tecnologías, los colaboradores pudieron tomar decisiones más informadas y por ende más eficientes.

Todo esto trajo como resultado que la compañía no solo mejorara su productividad y eficiencia operativa, sino que también experimentara un crecimiento significativo en sus ingresos y una mayor satisfacción laboral entre sus colaboradores.

Como fundador de Flumarketing.com, ¿cómo promueve la innovación dentro de su equipo y qué medidas toma para mantener esa cultura?

La promovemos a través de un fortalecimiento continuo de la seguridad psicológica al interior de los equipos de trabajo que se conforman en cada una de nuestras actividades clave. Por ejemplo, en cada

uno de nuestros eventos anuales que se realizan en distintos países de Latinoamérica, siempre incorporamos personas que aporten diversidad, creatividad y liderazgo. Puesto que, estos han sido los tres ingredientes clave en la receta para producir iniciativas innovadoras. Todo esto es apoyado por una política sistemática de empoderamiento de todos nuestros colaboradores para así garantizar una cultura siempre inclinada hacia la innovación.

En su rol como profesor, ¿considera importante preparar a los estudiantes para los desafíos del mundo digital?

¡Absolutamente sí! Desde el año 2005 que comencé a sembrar la semilla digital en mis alumnos en Chile. Muchos de ellos hoy recuerdan con gratitud y cariño cuando en 2007 les comentaba que las redes sociales y otros canales digitales se iban a convertir en los ejes troncales de las estrategias de marketing de las compañías.

Tuvo que transcurrir más de una década para que esta “profecía” se cumpliera. Así, “en 2018, la publicidad digital se convertía en el medio publicitario dominante y representando más de la mitad del gasto publicitario mundial”, de acuerdo con el prestigioso portal alemán de estadísticas: Statista.

¿Cómo ha influido su modelo de El Calentamiento Global Digital en la forma en que las organizaciones gestionan su transformación digital y el talento?

Creo que esto se resume en una frase que acuñé en la conferencia que dicté en el MarketingDay de 2012 en el Club de Golf de Montevideo, Uruguay, donde señalé que: “La verdadera certificación de la calidad no está en la obtención de certificados ISO. La verdadera certificación de la calidad está en el resultado en Google, como producto de las opiniones que los consumidores han emitido de la marca”. En otras palabras, las compañías que abrazan la transformación digital deben procurar hacer bien su trabajo, más allá de las certificaciones de calidad, porque finalmente en la Era Digital son evaluadas por lo que la gente dice de ellas en internet. Así, años más tarde lo confirmó un estudio de Nielsen que encuestó a más de 28.000 internautas en 56 países, donde el 92% de los consumidores de todo el mundo señalaron confiar más en las recomendaciones de amigos y familiares alojadas en internet, por sobre todas las demás formas de publicidad.

¿Cómo ha aprovechado su rol como columnista para promover la gestión del talento y la innovación en la industria tecnológica?

Fundamentalmente a través de la provocación del cambio en la manera de pensar. En general en mis columnas hago énfasis en desarrollar un pensamiento y visión de futuro exponencial por encima del pensamiento y perspectiva lineal de la realidad. Con esto intento demostrar a mis lectores que los avances tecnológicos cada vez más exponenciales, tardan mucho menos tiempo en llegar de lo que linealmente creemos.

Con esto intento evitar que mis lectores sean sorprendidos por un cambio tecnológico disruptivo que los pueda dejar mal parados. Porque, para quienes el cambio tecnológico los tomó por sorpresa esto se transforma en una amenaza, mientras que, para los que se prepararon con anticipación ese cambio tecnológico se convierte en una enorme oportunidad.

La calidad humana es crucial en el liderazgo. ¿Cómo se asegura de que sus enseñanzas y estrategias también fomenten el crecimiento personal de sus seguidores?

Lo hago por medio de fomentar en cada persona el valor que tiene el conocimiento. Mientras más sabemos de algo, más nos percatamos de nuestra ignorancia. En consecuencia, primero que todo debemos desarrollar nuestra humildad para estar siempre abiertos al aprendizaje continuo. De esta forma estaremos más cerca de ser mejores personas y líderes.

Como miembro del Buró Smart Speakers, ¿cuál ha sido el mayor aprendizaje al interactuar con líderes globales y cómo ha aplicado ese conocimiento en sus proyectos?

Mi mayor aprendizaje ha estado en reconocer en cada líder global su capacidad para aportar al crecimiento y desarrollo de nuestro entorno. No porque un líder no domine en profundidad mis temas, debo hacer oídos sordos a sus comentarios y propuestas. Cada líder desde su sector y experiencia tiene mucho que aportar con mi desarrollo profesional y personal. La escucha activa en este caso tiene muchísimo sentido.

Siendo uno de los 15 más influyentes en el mercadeo digital de habla hispana, ¿qué principios fundamentales considera esenciales para lograr un impacto duradero en este campo?



Para alcanzar una posición de liderazgo como especialista internacional en mercadeo y transformación digital, ha sido esencial mantener una férrea política personal abierta al conocimiento profundo y actualizado. También ha sido clave construir una sólida red de contactos y de colaboraciones en la industria, contribuyendo con artículos y contenido relevante en diversos canales digitales, puesto que, esto es esencial para ganar visibilidad. Además, es imperativo desarrollar una mentalidad orientada a la innovación y adaptación continua, totalmente dispuesta a experimentar y liderar proyectos que generen resultados cuantificables y agreguen valor a la audiencia y al mercado.

¿Qué consejo le daría a los jóvenes profesionales que buscan destacarse en el marketing digital y la tecnología en un mundo cada vez más digitalizado?

Lo primero es enfocarse en adquirir habilidades técnicas y mantenerse actualizados con las últimas tendencias y herramientas del sector. Además, diría que es de vital importancia construir una presencia en línea sólida a través de un portafolio y perfiles en redes profesionales. También agregaría el participar en proyectos innovadores, ya sea por medio de pasantías, freelancing o colaboraciones, porque de esta manera obtendrán experiencia real y por sobre todo valiosa.

Por otro lado y no menos importante que todo lo anterior, es desarrollar habilidades blandas como la comunicación efectiva, el trabajo en equipo y la visión holística y de futuro. Finalmente, buscar mentoría y networking con profesionales establecidos abrirá puertas y les entregará orientación estratégica para el desarrollo de sus carreras.

MARMUNOZ

TEAM

TRANSFORMACIÓN DIGITAL - GESTIÓN DEL CAMBIO - INNOVACIÓN Y DESARROLLO


CAMPAMENTO DE LÍDERES



SCAN

ELEVA TU NIVEL ORGANIZACIONAL

¿QUÉ APRENDERÁS?

 +1 (786) 605 7875

01

Liderar
equipos
digitales y
de negocio



02

Fomentar la
Colaboración
y la
creatividad



03

Conocer y
aplicar las
destreza de los
líderes de la era
digital



www.marmunoz.biz

Álvaro Cuco de Venegas

Chief Strategy Officer

“Es fundamental reforzar la idea nuclear de que es más importante comunicar que imponer”

Es importante la visión holística en la transformación digital, subrayando la necesidad de empoderar a los empleados y fomentar una cultura de innovación para garantizar el éxito organizacional.

Alvaro Cuco de Venegas es una figura destacada en la gestión del cambio y la transformación digital, con una trayectoria que abarca desde corporaciones globales hasta startups innovadoras. Su enfoque estratégico se basa en colocar al capital humano en el centro de sus iniciativas, lo que le ha permitido liderar procesos de cambio exitosos en diversas industrias.

Cuco, con un MSc. en Innovación, Sociología y Nuevas Tecnologías, un MBA y un diploma de Harvard, combina su sólida formación académica con una vasta experiencia práctica. Su capacidad para abordar la gestión del cambio de manera holística, adaptando las soluciones tecnológicas a las realidades específicas de cada organización, ha sido clave en su éxito.

En su rol como mentor y digital coach, Cuco se enfoca en crear una cultura de innovación, utilizando herramientas como el Net Promoter Score (NPS) para medir y ajustar sus estrategias. Este enfoque basado en datos, junto con su habilidad para comunicar y formar equipos diversos, refuerza su reputación como un líder en su campo.

Además de su trabajo como consultor, también es un reconocido speaker y profesor, compartiendo su conocimiento sobre la importancia de la gestión del cambio en la era digital. Su énfasis en la empatía, la flexibilidad y la creatividad como herramientas esenciales para el éxito, lo convierte en una referencia imprescindible en el ámbito de la transformación digital.

¿Podría compartir un caso concreto donde la transformación digital que usted dirigió empoderó a los empleados y resultó en un crecimiento significativo para la organización?

Es muy comprometido sólo fijarse en un solo caso, pero para los pasados Juegos Panamericanos Santiago 2023, la mayor cantidad de gente vinculada a la organización eran todos voluntarios. No se les pagaba. Y a veces había dificultades propias de la distancia, los horarios de las actividades, las inclemencias del clima, así como las prioridades y compromisos familiares, que desarmaban cualquier planificación.

En un evento en que las inscripciones y asignaciones estaban monopolizadas por un sistema informático, para incentivar reemplazos por imprevistos, la camaradería, la asignación de turnos en lugares privilegiados y otra serie de privilegios se derivaron a una plataforma intuitiva, que no dependía de si se caía o no el sistema ya que contaba con backup.

Las ausencias disminuyeron drásticamente y, por el contrario, las reuniones “extraprogramáticas” se volvieron habituales hasta generar congratulaciones desde todos los rincones de la Pan América convocada,

refiriéndose al espíritu colaborativo y de equipo que hizo posible tal hazaña. Todo gracias a pensar de una forma diferente.

Dada su vasta experiencia en múltiples sectores, ¿cómo ha influido su enfoque holístico en la implementación de estrategias de transformación digital y gestión del cambio?

El roce cultural sin duda alguna es una ventaja. Tanto por el acceso a recursos, el haber implementado soluciones en todos los continentes, en empresas de tan variadas dimensiones y dedicaciones, además de poner en práctica algo que aprendí con el paso del tiempo: la empatía.

Aprender a no acelerar a fondo con todos, sino que estar más pendiente en mantener la carga en la carreta, aquello que los miembros más leales y destacados de la empresa añoren, es algo que hay que tomar muy en cuenta, antes de decidir “hasta cuánto se está dispuesto a cambiar”, ya que hay a quienes les cuesta mucho, hay a quienes si no se los explicas hacia dónde vas, no querrán emprender el viaje. Pienso que soy un aventajado.

¿De qué manera su formación en sociología y nuevas tecnologías le ha permitido abordar la gestión del cambio y la transformación digital de manera única?

Querer entender el cómo funcionaban las cosas me llevó al mundo de la Ingeniería. Las nuevas tecnologías duran muy poco siendo “nuevas” así es que el período de adaptación suele ser muy corto. Para ayudar a que las personas se acercaran a las soluciones innovadoras, me resultaba necesario entender el cómo pensaban.

La sociotechnology existe como disciplina, y yo modestamente necesitaba mejores herramientas para entender la sinergia entre la sociedad y las nuevas tecnologías. Esa formación, sumada a la visión holística que me ha dado mi participación en muchas empresas Forbes 500, así como tener los sellos de 81 países en el pasaporte, ayudan de la mejor manera a abordar la gestión del cambio.

La calidad humana es esencial en el liderazgo. ¿Cómo se asegura de que sus estrategias y enseñanzas también promuevan el desarrollo personal y profesional de los individuos dentro de las organizaciones?

Empatía. Lo he mencionado antes y es un factor fundamental, que hay que fomentar y potenciar, regenerar y en algunos casos extremos, enseñar. No se trata de ser el más simpático, el más laxo en el trabajo, sino que quien sepa navegar en el estrecho laberinto de las redes humanas, en donde al igual que en una biblioteca, cada persona es un mundo.



Es fundamental reforzar la idea nuclear de que es más importante comunicar que imponer; traducir en lenguaje cómodo de adquirir al igual que técnicas lúdicas ayudan a potenciar el factor humano en el proceso de transformación de la organización. Si se cumple con este fundamento, se asegura un equilibrio en el desarrollo personal como el profesional.

Como speaker y profesor, ¿qué lecciones fundamentales transmite a sus estudiantes y audiencias sobre la importancia de la gestión del cambio en la era digital?

El mensaje que suelen considerar más relevante es que en el factor del cambio, siempre el término “depende” es la clave para determinar dirección, intención, potencia, duración y alcance. Por otro lado, llevarlos con sus propios conocimientos y ejemplos de vida a enfrentar retos como la modificación de la zona de confort. Se trabaja mucho ese aspecto. También el juego de roles y ponerse en el lugar del resto. Nos ayudamos de herramientas de coaching, sociológicas y tecnológicas, además de poner en práctica toda la experiencia empírica y académica multifocal de que dispongo.

En su experiencia, ¿qué papel juegan la creatividad y el pensamiento lateral en la resolución de problemas complejos durante los procesos de transformación digital?

Es fundamental el “pensar diferente”. Es necesario enfrentarse a prismas, a caleidoscopios, a ejercicios de lógica filosófica y matemática, aunque sea de forma didáctica, pero deben tomar contacto con ejercicios

que les hagan abrirse de mente, para que una gota no sea igual a otra, hace falta poder entender que una gota más una gota, no son dos gotas, sino que una. Más grande, pero una. Para ello me apoyo en una metodología de coaching desarrollada por LEGO® que es LEGO Serious Play, y como player certificado podemos trabajar con grupos numerosos alcanzando la excelencia desde la individualidad a la colectividad.

¿Qué consejo le daría a los jóvenes profesionales que buscan destacarse en la gestión del cambio y la transformación digital en un entorno empresarial cada vez más tecnológico?

Que no se enfoquen sólo en las tecnologías, ellas siempre llegan, tarde o temprano, por la puerta de al lado o la ventana trasera, llegan. Recomendaría tener especial sensibilidad a detectar la permeabilidad, la capacidad, potenciar a los embajadores y a los autodidactas, a los propensos al cambio y a los impulsores de este.

Que ningún proceso es suficiente, no hay ninguno inalcanzable, así como no hay ninguna gestión del cambio pequeña. Esto, y salvando las distancias con el deporte, pero seguramente la analogía nos sirve para comprender que, para llegar a jugar con los grandes, es necesario haber pisado las canchas pequeñas, las más humildes, las más lejanas. Esas representan el mayor desafío.

No por ello alguien va a rechazar la oportunidad de jugar con el Real Madrid, pero si se quiere jugar bien, que te incluyan en el equipo titular y no te saquen con el primer cambio de temporada, tienes que tener espaldas, ser capaz de jugar con todos los balones, en todos los campos, con compañeros de equipo peores o mejores y, por, sobre todo, no te puedes confiar de poder tener éxito contra otro equipo, si no eres capaz de medir las capacidades de tu propia escuadra.

¿Qué estrategias utiliza para fomentar la empatía dentro de su equipo, y cómo ha visto que esta empatía influye en el éxito de los procesos de cambio?

En algunas organizaciones hay normas muy concretas. Hay países en los que se fomenta el criterio empático desde las leyes. Sin embargo, la mejor manera de abrirse y estar en condiciones de ayudar a abrirse a otros, es realizando tareas de equipo, reuniones virtuales o presenciales que incluyan los juegos de roles y el estudio de experiencias como de los clientes, los proveedores, trabajadores de otras filiales, y así darse cuenta que lo que “dice la norma”, no siempre atiende a la lógica del usuario, lo que “dice el sistema” está desfasado o abiertamente obsoleto, y tal vez lo más destacado, saltarse las diferencias generacionales, de sexo y académicas: siempre hay una buena excusa para compartir vivencias personales que nos acerquen los unos a los otros.



ENCUENTRO ANUIES-TIC UACH 2024

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE CHIHUAHUA

EL **COMPROMISO SOCIAL** DE LA
EDUCACIÓN SUPERIOR EN LA
TRANSFORMACIÓN DIGITAL

18 DE OCTUBRE - VIRTUAL

22 Y 23 DE OCTUBRE - PRESENCIAL



<https://encuentro-tic.anuiestic.mx/>



Christian Struve

CEO y Co-founder de Fractal

Fomentamos la experimentación, aprendizaje constante y tolerancia al error como parte del proceso de mejora continua

Nuestro objetivo ha sido convertirnos en líderes globales, ya somos indiscutidos líderes regionales en Latam. En los próximos años queremos ser referente global en la gestión inteligente de activos y mantenimiento, encabezando la innovación en el uso de tecnologías como la inteligencia artificial

Christian Struve es un ingeniero en Sistemas con especialización en Gerencia de Proyectos y posee un Máster en Gerencia Empresarial, graduado con honores. Además, cuenta con un programa avanzado en innovación y emprendimiento de la Universidad de Stanford. Con más de 20 años de experiencia en sistemas de información y tecnologías aplicadas al sector de activos físicos y mantenimiento, Christian ha participado como consultor en más de 300 proyectos de implementación para empresas de diversos tamaños y sectores productivos en América, Europa y África. También se ha distinguido como conferencista internacional, juez y mentor en una variedad de programas de emprendimiento.

Actualmente, Christian es el CEO y Cofundador de Fracttal, una startup dedicada al desarrollo de soluciones tecnológicas para la gestión de mantenimiento y activos físicos. Fracttal apoya a más de 30,000 usuarios en más de 50 países, siendo reconocida en la mayoría de los rankings como una de las mejores soluciones a nivel mundial en su sector.

¿Podría compartir algunas de las estrategias más efectivas que ha implementado para atraer y retener talento en un entorno tecnológico tan dinámico?

Una de las estrategias clave ha sido crear una cultura organizacional centrada en la innovación, la autonomía y el aprendizaje continuo. Además, nos enfocamos en mantener un entorno de trabajo saludable, promoviendo un balance adecuado entre las responsabilidades laborales y personales. Es fundamental que nuestro equipo se identifique con el propósito de la empresa, ya que eso les permite sentirse parte de una misión significativa y retadora.

En su experiencia, ¿cómo ha impactado la transformación digital en la cultura organizacional de Fracttal y qué medidas se han tomado para fomentar una cultura de innovación?

La transformación digital ha sido fundamental en Fracttal desde nuestros inicios, impulsando una cultura ágil y enfocada en la innovación continua. Esto nos ha permitido adaptarnos rápidamente a un entorno cambiante y a las necesidades de nuestros clientes. Para fortalecer esta cultura, fomentamos la experimentación, el aprendizaje constante y la tolerancia al error como parte del proceso de mejora continua. Además, incentivamos la colaboración entre equipos mediante metodologías ágiles. Creemos firmemente en el valor del contacto humano, por lo que hemos adoptado un esquema híbrido de trabajo que equilibra lo presencial y lo remoto.

¿De qué manera promueve la igualdad de género y el liderazgo diverso dentro de la organización y cómo cree que esto contribuye al éxito empresarial?

En Fracttal, estamos convencidos de que la diversidad enriquece nuestra organización. Contamos con un equipo de más de 15 nacionalidades y el 60% de nuestros colaboradores son mujeres. Promovemos la igualdad de género sin recurrir a cuotas, simplemente asegurando que las oportunidades de crecimiento y liderazgo estén abiertas a todos, basadas en mérito y habilidades. Fomentar equipos diversos nos permite aprovechar diferentes perspectivas, lo que impulsa la innovación y mejora la resolución de problemas. Además, hemos implementado políticas de inclusión que garantizan un ambiente de respeto y colaboración. Esta diversidad fortalece nuestra cultura y nuestra capacidad para seguir creciendo.

¿Podría hablar sobre la importancia de la formación y el desarrollo continuo de los empleados en un entorno de trabajo digitalizado?

En cualquier entorno de trabajo, la curiosidad, el aprendizaje continuo y el impulso autodidacta son clave para mantenerse competitivo y adaptarse a los cambios. En Fracttal, creemos que la formación constante no solo impulsa el desarrollo profesional de nuestro equipo, sino que también mejora nuestra capacidad para innovar y responder a las exigencias del mercado. Este enfoque fortalece tanto el desempeño individual como el trabajo en equipo, creando grupos más sólidos y preparados para enfrentar los retos de un entorno en constante evolución.

En su opinión, ¿cuáles son las habilidades más críticas que deben tener los líderes del futuro para gestionar equipos en un mundo digital?

Los líderes deben ser un ejemplo por seguir, mostrando agilidad y adaptabilidad para gestionar el cambio constante. Habilidades como la inteligencia emocional, una comunicación clara y efectiva, y la capacidad para inspirar y motivar a los equipos son esenciales. Además, es crucial mantener una mentalidad positiva e innovadora, dispuesta a experimentar, asumir riesgos y aprender de los errores. También es indispensable saber liderar en entornos híbridos, remotos y multiculturales, fomentando la confianza y la colaboración entre los equipos para lograr un rendimiento óptimo.

¿Cómo equilibra usted la implementación de nuevas tecnologías con la necesidad de mantener un enfoque humano y empático en la gestión del talento?

El equilibrio entre la tecnología y el enfoque humano es fundamental. En Fracttal, consideramos

la tecnología como una herramienta para amplificar y potenciar las capacidades de nuestro equipo, no para sustituirlas. Incluso las soluciones de inteligencia artificial que implementamos tienen este propósito. Es crucial que la gestión del talento siga siendo empática, escuchando activamente las necesidades de las personas y reconociendo sus contribuciones. La tecnología mejora nuestra eficiencia, pero el verdadero éxito está en crear un ambiente donde el talento se sienta valorado y seguro para desarrollarse y crecer.

¿Podría compartir algún caso de éxito o lección aprendida en la implementación de una estrategia de transformación digital que haya empoderado a los empleados y potenciado el crecimiento organizacional?

Un claro ejemplo fue nuestra transición de ser una empresa 100% presencial, luego completamente remota, hasta llegar al esquema híbrido actual. La clave de este cambio fue la implementación de metodologías ágiles junto con herramientas de colaboración digital. Estos cambios empoderaron a los equipos, dándoles mayor autonomía y capacidad de respuesta. Como resultado, no solo aumentó la productividad, sino que también se fortaleció el sentido de pertenencia y compromiso entre los colaboradores. La principal lección fue que, para que una estrategia de transformación digital tenga éxito, es esencial involucrar al equipo desde el principio, asegurando que comprendan el valor de las herramientas y cómo estas pueden potenciar su trabajo.

¿Cómo se asegura de que las prácticas de reclutamiento en Fracttal sean inclusivas y reflejen los valores de diversidad y equidad?

En Fracttal, nos aseguramos de que nuestras prácticas de reclutamiento sean transparentes e inclusivas implementando procesos diseñados para eliminar sesgos desde el inicio. Utilizamos descripciones de puestos neutrales y evaluaciones centradas exclusivamente en competencias, garantizando que las oportunidades estén abiertas a todos, sin importar género, origen o cultura. Nuestro objetivo es contratar al mejor talento que se alinee con nuestros valores y aporte a nuestra cultura, fomentando un entorno de trabajo diverso y dinámico.

¿Qué consejo les daría a otros líderes de sector tecnológico y emprendedores que buscan impulsar la innovación y el desarrollo de talento en sus organizaciones?

Mi consejo es crear una cultura que valore el esfuerzo, la verdad radical, la calidad, la curiosidad y el aprendizaje continuo. La innovación florece cuando los equipos tienen la libertad de proponer ideas y experimentar sin temor a cometer errores. Es fundamental invertir en el desarrollo del talento, brindándoles acceso a las herramientas y recursos que



potencien sus capacidades. Además, mantener una comunicación abierta y un liderazgo cercano asegura que el equipo se sienta valorado y comprometido con los objetivos de la organización.

¿Cómo surgió Fracttal y qué lo inspiró?

Fracttal surgió de la necesidad de democratizar, modernizar y optimizar la gestión de activos y mantenimiento en las empresas, especialmente en un entorno cada vez más digitalizado. La inspiración vino de nuestra experiencia como fundadores, al observar cómo muchas organizaciones carecían de la tecnología adecuada, ya que las soluciones tradicionales eran costosas, complejas y difíciles de implementar. Esto hacía que las empresas siguieran dependiendo de procesos manuales y sistemas obsoletos que afectaban su eficiencia. Con esa visión, desarrollamos una solución accesible, ágil, fácil de usar y rápida de implementar, que integra el cloud, la movilidad, la inteligencia artificial y el internet de las cosas (IoT), transformando la gestión de mantenimiento en algo más seguro, eficiente y sustentable.

¿Cómo visualiza a Fracttal en un lustro o década?

Desde el primer día, nuestro objetivo ha sido convertirnos en líderes globales, y hoy ya somos indiscutidos líderes regionales en Latam. En los próximos años, visualizo a Fracttal como un referente global en la gestión inteligente de activos y mantenimiento, encabezando la innovación en el uso de tecnologías como la inteligencia artificial, el internet de las cosas (IoT) y la analítica avanzada. Planeamos seguir expandiéndonos a nuevos mercados y sectores, haciendo que nuestra solución sea aún más accesible y adaptable a las necesidades cambiantes de las empresas. Además, queremos continuar promoviendo prácticas sostenibles, ayudando a las organizaciones a optimizar sus operaciones mientras minimizan su impacto ambiental.



Foco único INTELIGENCIA ARTIFICIAL

Con la oferta más completa y de vanguardia en Certificaciones en un solo lugar desarrollada por los mas destacados expertos en la materia a nivel mundial

33% de las empresas consideran que el mayor obstáculo para la adopción exitosa de la Inteligencia Artificial "IA" en sus organizaciones es la falta de competencias en su gente "Skills Gap".
42% de empleadores prevén escasez de talento en IA en el corto plazo.

JedAI's te brinda la solución para que en tu calidad de líder puedas desarrollar una estrategia de alto valor en torno a la IA. Toma la delantera y empodera a tu organización!

El factor clave de éxito en IA es la capacitación - profesional con certificación internacional.

AI + Executives
AI + Everyone

AI + Ethics
AI + Project Manager

AI + Customer Service
AI + Government

y más...

Empoderamos a Latinoamérica con certificaciones en inteligencia artificial para un futuro digital prometedor

Sergio Nouvel

Cofundador y CEO en Get on Board

No creo que lo digital tenga que cambiar las cosas que constituyen un buen liderazgo

Las startups son pioneras en muchas cosas, no solo en los productos que fabrican, sino en las innovaciones de cultura de trabajo.

Sergio Nouvel es diseñador formado en Transformación Digital y especialista en UX por más de 15 años. Exfundador y CEO de la sucursal de Continuum en Perú, la hizo crecer hasta +500k de ingresos anuales. Cocreador de Scope Canvas y ex contratista de McKinsey Digital Labs. Cuenta con artículos publicados en Mashable, The Next Web y UX Magazine.

Actualmente, el Cofundador y CEO de Get on Board, tiene todo su enfoque en esta plataforma líder de reclutamiento, que conecta startups y empresas tecnológicas increíbles con los mejores profesionales de América Latina.

Desde su perspectiva, como Cofundador y CEO en Get on Board. ¿Cómo ha evolucionado la gestión del talento con la digitalización y cuáles han sido los mayores desafíos que ha enfrentado en este proceso?

Toda herramienta o tecnología nueva trae oportunidades y amenazas. Creo que han pasado muchas cosas a la vez en los últimos años: por una parte, la digitalización a toda carrera de un montón de industrias, que ha traído consigo una demanda gigante por talento tecnológico; al mismo tiempo han emergido un montón de startups buscando optimizar muchas partes del proceso de gestión humana, y ahora la irrupción de la Inteligencia Artificial está cambiando los roles, la forma de trabajar, de contratar y de postular a empleos.

El mayor desafío siempre está de la mano de subestimar las consecuencias negativas de las herramientas o de la tecnología para conseguir un fin demasiado corto de vista. Muchas empresas le delegan todo su reclutamiento a un algoritmo de Machine Learning en la esperanza de “quitarse el problema de encima”. Del otro lado tienes algunas personas que se apoyan en la IA para esconder su falta de cualificaciones en el trabajo.

¿Podría compartir algunas de las estrategias más efectivas para atraer y retener talento en un entorno tecnológico tan dinámico?

No puedes juntar a cualquier persona con cualquier empresa. Hay personas que enfocan su carrera de manera individualista, y sin importar cuánto hagas por retenerlas, van a optimizar en favor de su beneficio personal. Retener talento implica saber identificar las personas que son genuinamente teamplayers, saber compensarlas y saber escucharlas.



Eso, al final, recae en la cultura. Puedes tener la mejor marca empleadora y la mejor atracción de talento del universo, pero si luego la cultura de tu empresa no cumple lo que prometiste al reclutar, no vas a retener a nadie. Tal como pasa con las relaciones personales, reclutar y retener exitosamente pasa por desarrollar vínculos sanos, lo cual a su vez necesita vulnerabilidad, transparencia, honestidad y mucha autoestima. Tienes empresas corporativas que tratan de parecer startups, y viceversa.

Y eso me lleva a otro punto que es alineamiento de intereses. Un chico de 23 años, recién salido de la universidad y viviendo con sus padres tiene una tolerancia al riesgo muy diferente al de una madre de familia trabajadora con dos hijos y una hipoteca. Hay empresas para cada cual, pero para eso las empresas deben tener claro a quién realmente desean tener en su equipo. Lo cual a su vez deriva en que no puedes reclutar meramente a punta de listas de requisitos técnicos y académicos; necesitas poder observar alineamiento cultural más allá de un CV.

En su experiencia, ¿cómo ha impactado la transformación digital en la cultura organizacional y qué medidas se han tomado para fomentar una cultura de innovación?

Las startups son pioneras en muchas cosas, no solo en los productos que fabrican, sino en las innovaciones de cultura de trabajo. ¿Qué empresas fueron las primeras en abrazar el trabajo remoto de manera deliberada? Las startups. ¿Cuáles fueron las primeras en dejar de requerir códigos de vestimenta? Las startups. ¿Oficinas de planta abierta, espacios colaborativos, prácticas de DEI, trabajo en base a OKRs? Las startups lo hicieron primero. Parte de esto tiene que ver con una

mentalidad pragmática de buscar los caminos más cortos y ágiles para todo, y parte tiene que ver con una mentalidad de “reinventar” todo lo que haga falta.

Luego otras empresas más formales y grandes les empiezan a copiar, en parte porque funciona, y en parte porque el talento más top se acostumbra a estas prácticas. Hace 20 años era habitual que las áreas de TI corporativas exigieran traje y corbata; ahora es impensado. Estas cosas, por supuesto, no vuelven a una empresa “innovadora” de la noche a la mañana, pero sí ayudan a transmitir un mensaje diferente sobre qué es lo verdaderamente importante y qué es secundario.

¿De qué manera considera se puede incentivar la igualdad de género y el liderazgo diverso dentro de las organizaciones y cómo cree que esto contribuye al éxito empresarial?

Está claro que una cultura genuinamente equitativa y diversa es superior, sencillamente porque premia el talento y el mérito por sobre el “calzar con moldes” y eso permite incentivar a que las mejores personas se queden en la organización.

Hay varias dimensiones de diversidad, de las cuales la de género es una de las que más duele, pero no es la única. Si todo el liderazgo de tu empresa (del género que sea) salió de los mismos colegios y universidades de elite, significa que te falta todavía camino por recorrer. O si todas las mujeres que lideran en tu organización han tenido que llegar ahí ejerciendo estilos de liderazgo arquetípicamente masculinos, entonces queda mucho aún por hacer. Yo veo el reconocimiento de la diversidad como de que hay muchas formas de hacer empresa, de liderar, de innovar y de construir, y que estimular dicha diversidad pasa por medir y evaluar las cosas correctas y construir espacios seguros para que cada persona viva su individualidad dentro del respeto y la apreciación mutuas. Necesitas maneras de observar el desempeño que no dependan de simpatías o antipatías, sino de genuino aporte de valor y colaboración.

¿Podría hablar sobre la importancia de la formación y el desarrollo continuo de los empleados en un entorno de trabajo digitalizado?

Hay una parte que es responsabilidad de la organización, en particular referente a educar a los empleados sobre su propia empresa. Muchas organizaciones externalizan la formación a un paquete



de cursos, cuando en realidad la formación más crítica (y la más rentable para la empresa, porque construye lealtad) tiene que ver con volver a los colaboradores expertos en la organización misma. Y la otra parte es responsabilidad de los colaboradores; mantener un aprendizaje continuo, instinto de experimentación y sentido de la curiosidad es algo que no se enseña, sino que se cultiva.

En su opinión, ¿cuáles son las habilidades más críticas que deben tener los líderes del futuro para gestionar equipos en un mundo digital?

No creo que lo digital tenga que cambiar las cosas que constituyen un buen liderazgo. Pero en esta época la vulnerabilidad y la transparencia importan mucho, porque las personas son inteligentes, están informadas y, sobre todo, hablan entre ellas.

Claridad de objetivos, valores y prioridades y coherencia entre lo que se dice y lo que se hace es también fundamental. Nuevamente, nada que no se venga diciendo hace mucho.

Damián Pereyra

Business Development Manager en SLONY

La transformación digital y el empoderamiento de las empresas

Damián Pereyra lidera la expansión digital de SLONY, integrando innovación y gestión del talento para un crecimiento sostenido.



El mundo empresarial actual enfrenta cambios rápidos y constantes impulsados por la digitalización, y Damián Pereyra, Business Development Manager de SLONY, ha estado a la vanguardia de este proceso. Desde su enfoque en el big data hasta la creación de ecosistemas colaborativos como Makers, Pereyra ha demostrado ser un líder innovador que entiende la importancia de la transformación digital y la gestión del talento para mantenerse competitivo.

SLONY es una empresa dedicada a los servicios tecnológicos que ha logrado expandirse más allá del mercado local de Argentina, alcanzando un importante crecimiento en Estados Unidos y otros mercados internacionales. El éxito de esta empresa ha sido posible gracias a su capacidad para anticipar las tendencias del mercado y adoptar nuevas tecnologías, como el big data, que se ha convertido en una herramienta clave para la toma de decisiones empresariales. Pereyra y su equipo han aprovechado estas herramientas para ofrecer soluciones tecnológicas personalizadas que permiten a sus clientes mejorar la eficiencia operativa y alcanzar sus metas de negocio.

Este enfoque en la innovación es parte esencial del éxito de SLONY. Pereyra destaca la importancia de mantener una visión clara y rodearse de personas capacitadas que puedan adaptarse a las cambiantes necesidades del mercado. De esta manera, su empresa no solo responde a las demandas actuales, sino que también anticipa futuros desarrollos en el ámbito digital.

Colaboración en tiempos difíciles

Durante la pandemia, Pereyra impulsó la creación de Makers, un ecosistema de emprendedores diseñado para fomentar la colaboración y la innovación en un entorno de incertidumbre. Este proyecto se ha convertido en un espacio donde los emprendedores de

diferentes sectores pueden compartir conocimientos, recursos y experiencias, permitiéndoles superar los desafíos derivados de la crisis global.

Makers ha sido un componente fundamental en la estrategia de Pereyra para promover la gestión del talento en un entorno digitalizado. La colaboración entre diferentes sectores ha facilitado la creación de soluciones innovadoras que benefician tanto a las empresas participantes como a sus empleados. Este tipo de iniciativas se alinea con las tendencias actuales en las que la gestión del talento va más allá de los equipos internos, fomentando redes colaborativas que potencian el desarrollo de habilidades y conocimientos entre emprendedores y empresas.

Expansión internacional

Uno de los mayores logros de SLONY ha sido su expansión a mercados internacionales, un hito que no estuvo exento de desafíos. Pereyra ha señalado que, en sus inicios, uno de los principales obstáculos fue adaptarse a un entorno empresarial mucho más competitivo y diverso. La entrada en mercados internacionales, como Estados Unidos, requirió un profundo entendimiento de las nuevas dinámicas de mercado, así como el establecimiento de relaciones sólidas con clientes y socios locales.

A pesar de estos retos, Pereyra y su equipo han logrado consolidar la presencia de SLONY en nuevos mercados, apoyados en una visión clara y una estrategia basada en el uso de tecnologías avanzadas. Este éxito demuestra cómo la combinación de talento, tecnología e innovación es clave para que las empresas logren posicionarse en un entorno cada vez más globalizado y competitivo.

Uno de los aspectos más destacados de la carrera de Pereyra ha sido su enfoque en la gestión del talento. Para él,

la clave del éxito no radica únicamente en la adopción de tecnologías avanzadas, sino en la capacidad de atraer, desarrollar y retener a los mejores talentos. En un mundo cada vez más digitalizado, Pereyra ha implementado prácticas que permiten a sus empleados no solo adaptarse a los cambios tecnológicos, sino también desarrollar nuevas habilidades que los preparen para futuros retos.

La cultura de innovación y aprendizaje continuo que ha fomentado en SLONY es un ejemplo claro de cómo las organizaciones líderes están gestionando el talento en un entorno tecnológico. Además, iniciativas como Makers permiten que los empleados y emprendedores colaboren entre sí, fomentando un ambiente de trabajo dinámico y orientado al crecimiento personal y profesional.

El éxito de SLONY, bajo la dirección de Pereyra, no solo es el resultado de la adopción de tecnologías avanzadas, sino también de una sólida estrategia de gestión del talento y la innovación. A medida que el mercado global continúa evolucionando, SLONY se encuentra bien posicionado para seguir creciendo y expandiéndose a nuevas regiones, gracias a su enfoque en la transformación digital y el empoderamiento de sus empleados.

Pereyra sigue siendo un líder visionario que entiende la importancia de anticiparse a las tendencias del mercado y adoptar un enfoque colaborativo y orientado a las personas. Su capacidad para unir tecnología, talento e innovación es lo que ha permitido a la empresa prosperar en un mundo empresarial en constante cambio, y su ejemplo es una lección valiosa para cualquier organización que busque mantenerse competitiva en el futuro.

Premium Content

Ivalú Burucker Bowen

Directora Comercial en CheckPersons SpA

El microlearning como clave para la transformación del talento operativo

Ivalú Burucker revela como también la tecnología ha transformado la capacitación operativa, impulsando la productividad y reduciendo errores en diversas industrias.

Ivalú Burucker, psicóloga laboral y emprendedora, ha dedicado más de 15 años a la selección y formación de talento en diversas industrias. Como Directora Comercial de CheckPersons SpA, Burucker ha liderado la implementación de estrategias de capacitación innovadoras que han permitido a las empresas enfrentar los desafíos de la transformación digital.

Su enfoque en la creación de soluciones de aprendizaje eficientes y accesibles, como el modelo de Aprendizaje Operacional Inteligente (AOI), ha posicionado a su empresa como un referente en la formación de equipos operacionales en sectores como energía, minería y manufactura, tanto en Chile como en el extranjero.

El éxito de CheckPersons no ha sido casualidad. Burucker y su equipo han trabajado con importantes empresas como Engie, Komatsu y Collahuasi, entre otras, adaptando sus programas de aprendizaje a las necesidades de cada industria. Uno de los logros más destacados ha sido la implementación de la metodología AOI para el manejo de sustancias peligrosas (SUSPEL) en Engie Chile, donde más de 200 colaboradores completaron el programa en menos de 20 días, logrando un 98% de respuestas correctas en la evaluación final y una satisfacción del 97% entre los participantes.

La filosofía de Burucker se basa en la innovación práctica, un concepto que ha aprendido a valorar tras años de experiencia. Para ella, no se trata de buscar el próximo gran invento, sino de implementar pequeñas mejoras continuas que impacten significativamente en los procesos de capacitación y desarrollo del talento. Esta visión le ha permitido a CheckPersons mantenerse a la vanguardia, ofreciendo soluciones adaptadas a las realidades operativas de sus clientes.

CheckPersons SpA se encuentra en un sector altamente tecnológico. ¿Cuáles son las estrategias más efectivas que han implementado para atraer y retener talento en este entorno digitalizado?

Para ser sincera, no ha sido nada fácil. En la industria en la que nos movemos, no basta con contar con profesionales que tengan las competencias tecnológicas adecuadas, también deben estar en permanente preparación y actualización. En el mundo de las TIC aplicadas a los programas de aprendizaje, todos los días aparecen nuevas aplicaciones y métodos que es posible incorporar en nuestra parrilla de soluciones. Por ejemplo, hoy en día hemos incorporado en nuestros programas soluciones de realidad virtual como reforzamiento de los pasos prácticos, lo que ha tenido un tremendo impacto en los resultados de los cursos que impartimos.

La principal estrategia que hemos utilizado ha sido invertir en la cantera. Nos preocupamos de incorporar talentos jóvenes e imprimir en ellos el sello de CheckPersons. Los preparamos en toda la cadena de



implementación de nuestros programas, desde las etapas de preproducción audiovisual, grabación y edición de cápsulas, hasta las etapas de configuración de los cursos y seguimiento de los resultados de aprendizaje.

En su experiencia como Directora Comercial, ¿cómo ha contribuido CheckPersons a fomentar una cultura de innovación dentro de la organización?

La creación del modelo de AOI (Aprendizaje Operacional Inteligente) fue una innovación importante en el mundo de la formación corporativa. Hasta ese momento, era muy difícil implementar programas de formación para el mundo operativo. Los sistemas de turno, la dispersión geográfica, la imposibilidad de apartar a las personas de sus actividades habituales eran barreras que dificultaban que las áreas técnicas de las empresas pudieran llevar adelante su estrategia de formación.

AOI rompe con todo eso y propone una forma simple y efectiva de entrenar a los equipos operacionales por medio de la utilización del microlearning. En no más de 10 minutos al día, las personas pueden entrenarse en sus procedimientos más importantes, con pocos clics, de una forma sencilla y amigable. Sin duda, esta fue una innovación práctica que transformó el mundo de la capacitación y eso se respira internamente en nuestro equipo.

La transformación digital está empoderando a los empleados de formas sin precedentes. ¿Cómo ha implementado CheckPersons herramientas tecnológicas para maximizar el potencial de su equipo? Si puede, por favor comparta cifras que midan el impacto que han tenido.

La transformación digital realmente ha sido un catalizador para el empoderamiento de nuestro equipo, y utilizamos diversas herramientas tecnológicas, como plataformas de gestión de proyectos, análisis de datos y otras. Sin embargo, en lugar de centrarnos únicamente en el equipo interno, nuestro foco en los últimos años se ha centrado en la implementación de nuestra metodología de Aprendizaje Operacional Inteligente, la cual enfrenta el gran desafío de entrenar a equipos de supervisores y operarios de diversas industrias, muchos de los cuales tienen poca experiencia tecnológica. Por ello, desarrollamos una plataforma de microlearning especialmente diseñada para ellos, que es intuitiva y requiere pocos clics. Esto

ha sido crucial, ya que permite a los operarios acceder fácilmente a los procedimientos internos de nuestros clientes sin distraerlos de sus tareas diarias.

Los resultados han sido significativos: hemos visto un aumento del conocimiento técnico y operativo de hasta un 40%, una reducción en la tasa de errores operacionales de hasta un 6% y un notable incremento en la productividad. Además, hemos logrado homologar el conocimiento especializado entre los colaboradores, lo que ha fortalecido nuestra operativa sin necesidad de interrumpir su trabajo. La experiencia nos ha demostrado que, con las herramientas adecuadas y un enfoque centrado en el aprendizaje, es posible empoderar a todos los colaboradores, sin importar su nivel de familiaridad con la tecnología.

¿Cuáles son los mayores desafíos que enfrenta una empresa en constante evolución tecnológica para gestionar el talento de manera eficiente?

Uno de los desafíos que enfrentamos día a día en una empresa en constante evolución tecnológica es mantener la sensación de avance y adaptación continua. Cuando lanzamos al mercado nuestro sistema AOI, fuimos pioneros en desarrollar un método innovador y eficiente para capacitar a los equipos operacionales. Es un orgullo ver que hoy en día más empresas están adoptando este enfoque, lo que confirma que estamos en el camino correcto.

Para gestionar este desafío de manera efectiva, nos enfocamos en asegurar que cada persona que se une a nuestro equipo o cada socio comprenda dos aspectos fundamentales. Primero, independientemente de su rol, ya sea camarógrafo, audiovisualista o informático, todos forman parte de una empresa de formación. Cada talento y creatividad se canaliza hacia la creación de aprendizajes significativos para los participantes de nuestros programas.

En segundo lugar, entendemos la importancia de una coordinación fluida. Aunque trabajamos en una cadena de tareas sensibles, donde cada eslabón es vital, promovemos un entorno colaborativo donde todos estén informados sobre el estado de los proyectos. Si bien no siempre logramos la perfección, este enfoque integral es una parte fundamental de nuestra cultura y nos distingue en el mercado.

¿Qué aspectos clave deben considerar las empresas para balancear la tecnología y el desarrollo del talento humano en el marco de la digitalización, y qué datos ha observado CheckPersons que reflejen mejoras en la productividad o retención de talento en este proceso?

Se deben considerar varios aspectos clave; sin embargo, hoy en día es fundamental crear un entorno que fomente la retención del conocimiento especializado. En CheckPersons, entendemos que no solo es crucial retener a las personas, sino también asegurar que el conocimiento y la experiencia

acumulados se mantengan dentro de la organización. Esto lo hemos logrado a través de AOI: nuestros clientes, a medida que van desarrollando cursos sobre sus procedimientos, también crean una biblioteca de contenido especializado. Esta biblioteca no solo proporciona recursos actualizados y relevantes, sino que también permite a los equipos acceder a información valiosa en cualquier momento, facilitando la capacitación continua y la autoformación. De esta manera, incluso si hay cambios en el personal, el conocimiento crítico permanece accesible y se puede transferir fácilmente a nuevos integrantes del equipo.

¿Podría compartir algún caso de éxito, respaldado por cifras, en la implementación de iniciativas que hayan impulsado el crecimiento organizacional en CheckPersons, ya sea en términos de rentabilidad, expansión del equipo o satisfacción del cliente?

Uno de nuestros clientes es ENGIE, un grupo mundial líder en la generación eléctrica baja en carbono. Con ellos, hemos desarrollado varios programas de formación durante los últimos dos años. El equipo de formación corporativa de ENGIE Chile comprendió muy bien la importancia de orientar su estrategia de formación para operadores y supervisores en terreno hacia el modelo del microlearning, que es justamente lo que hacemos en AOI.

Uno de los proyectos de mayor éxito fue transformar todos los contenidos de capacitación sobre el manejo de sustancias peligrosas (SUSPEL) en formato AOI. Participaron más de 200 personas a nivel nacional, y la dispersión geográfica de quienes participaron fue de más de 1.700 km.

En menos de 20 días, todas las personas terminaron con éxito el módulo de capacitación, pasando de un 73% de respuestas correctas en la evaluación diagnóstica a un 98% de respuestas correctas en la prueba final, con un 97% de participación.

Luego de la aplicación de la encuesta de satisfacción, un 98% de quienes respondieron indicaron que esta metodología era la mejor opción para aprender temas técnicos difíciles de transmitir y que les gustaría seguir participando en instancias de entrenamiento en formatos similares.





María Méndez

Presidenta y fundadora de Vacationis a Human Right (VIAHR). Dominicana residente en Nueva York.

UNIDOS POR EL BIENESTAR SIN BURNOUT

María Méndez es presidenta y fundadora de Vacationis a Human Right (VIAHR). Dominicana residente en Nueva York. Ha trabajado con figuras y eventos internacionales como Beyonce, Frank Ocean, Joe Thomas, The Mavericks, Raul Di Blasio, Benicio del Toro y la SuperBowl.

Creo firmemente en el poder de una voz, y más aún en el impacto de varias voces unidas. Esta convicción ha sido el motor que impulsa la misión de Vacationis a Human Right, una organización nacida del profundo deseo de transformar las vacaciones en un derecho humano fundamental.

En mi primera visita al Papa Francisco en 2019, le prometí que dedicaría todos mis esfuerzos a hacer realidad esa visión. Su sabiduría y compasión me inspiraron profundamente, y desde ese día, llevamos en nuestro corazón la misión de asegurar que cada persona tenga la oportunidad de descansar

y renovarse, sin importar su circunstancia.

En mi reciente encuentro con él, pude expresar mi gratitud por su aliento continuo. Fue un momento de profunda reflexión y alegría, ya que hoy, gracias a esa inspiración, hemos tocado la vida de miles de personas, proporcionándoles el respiro y la recuperación que tanto necesitan.

Ahora, nos enfrentamos a un desafío aún mayor: la prevención del burnout. La salud mental y el bienestar emocional son pilares esenciales de una vida plena y productiva, y es nuestra responsabilidad colectiva abordarlos con urgencia y dedicación. Por ello, después de un primer evento en República Dominicana, ahora celebraremos el II Congreso Iberoamericano para la Prevención del Burnout —Bienestar sin Burnout—, los días 24, 25 y 26 de octubre en Madrid, España.

El evento es más que una serie de conferencias y talleres; es un

llamado a la acción. Necesitamos que personas y empresas se unan a esta causa, aportando su voz, recursos y compromisos. Juntos, podemos crear un entorno donde el bienestar sea una prioridad, y donde cada individuo tenga las herramientas necesarias para gestionar el estrés y evitar el agotamiento.

El burnout, o síndrome de desgaste profesional, es una condición caracterizada por un estado de agotamiento físico, emocional y mental causado por el estrés prolongado y excesivo en el trabajo. La Organización Mundial de la Salud lo reconoció como tal en el año 2000. Sus síntomas más comunes incluyen fatiga extrema, insomnio, dificultades de concentración, irritabilidad, y una disminución notable en la productividad y motivación.

Al unirnos en la prevención del burnout, estamos construyendo un futuro donde el bienestar no sea un lujo, sino una realidad accesible para todos.

Ángel Vargas Bahamonde

Directora Comercial en CheckPersons SpA

Talento neurodivergente
como motor de innovación
en el mundo digital

La diversidad cognitiva se convierte en un motor clave para impulsar la transformación digital y mejorar la cultura organizacional.

Angel Vargas Bahamonde, Data Engineer y Mgmt & Governance Associate en Accenture Chile, ha destacado en la ingeniería civil industrial con especialización en sistemas de gestión y control estratégico. Como profesional neurodivergente en el espectro autista, ha enfrentado y superado barreras personales y profesionales, convirtiéndose en un defensor de la inclusión de personas con discapacidades invisibles en entornos tecnológicos.

Graduado en ingeniería civil industrial y con un diplomado en control de gestión estratégica, Vargas ha aplicado su conocimiento en diversas industrias como la automotriz, minería, logística y consultoría. Su enfoque en análisis de datos, automatización e inteligencia de negocios le ha permitido liderar proyectos con precisión y eficacia en la era de la transformación digital. Vargas ha destacado por su capacidad analítica, su habilidad para trabajar bajo presión y su interés por la mejora continua.

Un aspecto clave en su carrera ha sido su compromiso con la inclusión laboral, especialmente para profesionales neurodivergentes. Vargas señala que grandes empresas han comenzado a reconocer el valor de estas habilidades únicas, que se traducen en mayor enfoque en los detalles, orden y creatividad. Sin embargo, reconoce que las políticas de inclusión varían entre países, lo que representa un reto para crear entornos laborales realmente inclusivos.

En Accenture Chile, Vargas forma parte de un entorno laboral donde la inclusión de profesionales con discapacidades invisibles ha mejorado la productividad y la cultura organizacional. A través del programa "Sin Barreras", la empresa promueve la diversidad desde el proceso de selección hasta la consecución de objetivos, fomentando un ambiente colaborativo e inclusivo.

Además, Vargas ha participado en proyectos de voluntariado, lo que refuerza su compromiso con la inclusión no solo en el ámbito laboral, sino también social, reflejando su creencia en el poder transformador de las empresas para crear entornos equitativos para todos.

En su trayectoria como Data Analyst y especialista en Business Intelligence, ¿cómo ha visto la evolución de la inclusión laboral en el ámbito tecnológico, especialmente para profesionales neurodivergentes como usted

En mi trayectoria laboral, he tenido la oportunidad de aprender y desarrollar una visión más amplia de los negocios, no solo desde el punto de vista de la gestión, sino también de la tecnología. Esto me ha permitido generar y apoyar soluciones para satisfacer las necesidades de los clientes. Sin embargo, hay varios factores que pueden influir en la rentabilidad de una organización, y uno de ellos es la inclusión laboral, particularmente de los profesionales neurodivergentes, como los autistas.

Hoy en día, las grandes empresas, especialmente las tecnológicas y multinacionales con experiencia comprobada en la inclusión de personas con discapacidades visibles e invisibles, han reconocido que atraer talentos neurodivergentes a sus organizaciones les beneficia. Muchos de estos profesionales poseen capacidades cognitivas que les permiten desempeñarse en el mercado laboral no solo en educación y salud, sino también en tecnología y administración. Esto se debe a su hiperfoco en detalles específicos, el orden adecuado de los procesos, la creatividad, la innovación y la comunicación.

Las empresas están comenzando a reconocer el valor de la diversidad cognitiva e implementan políticas y prácticas para apoyar y atraer a estos profesionales. Sin embargo, esto depende de la legislación de cada país sobre la inclusión laboral. En Chile, por ejemplo, la Ley 20.609 prohíbe a los empleadores publicar ofertas laborales que requieran una condición de discapacidad para postular, considerándolo un acto de discriminación arbitraria.

Es importante entender que cada profesional neurodivergente es diferente y único, por lo que sus necesidades de apoyo varían. La evolución de la inclusión laboral es difícil de determinar debido a la ignorancia, el miedo y los estigmas que nos etiquetan como poco productivos, ineficientes, faltos de flexibilidad o frágiles. Esto nos perjudica al declarar nuestra condición en los procesos laborales y dentro de las organizaciones, generando barreras que afectan de manera individual según el nivel de apoyo necesario.

Además, es difícil saber cuántos profesionales ejercen sus estudios en una organización, ya que muchos terminan trabajando en actividades propias o con bajas remuneraciones. En Chile, al no poseer datos actuales sobre los profesionales autistas, no podemos realizar estudios específicos sobre esta población.

Los datos del III Estudio Nacional de la Discapacidad 2022 indican que alrededor del 18% de la población chilena, equivalente a 2.703.893 personas mayores de 18 años, tiene discapacidad y cuenta con credencial de discapacidad. El 25.5% de esta población logra insertarse en la enseñanza superior, en comparación con el 39.1% de personas sin discapacidad. Sin embargo, solo el 15.7% de la población adulta con discapacidad termina la educación superior y el 9.8% tiene una educación superior incompleta.

Por lo tanto, según mi experiencia en Chile, encontrar profesionales en el espectro autista que ejerzan su profesión como Data Analyst y especialistas en Business Intelligence es como buscar una aguja en un pajar. Es necesario que líderes de opinión en estos campos visibilicen esta condición en el mercado laboral y demuestren a la opinión pública que existen profesionales en este campo que se desarrollan y demuestran sus capacidades como cualquier otro profesional.

¿Podría compartir datos específicos sobre el impacto que la inclusión de profesionales con discapacidades invisibles ha tenido en la productividad y cultura organizacional en las empresas en las que ha trabajado, como Accenture?

Accenture Chile cuenta con alrededor de 1800 colaboradores en todo el país. De estos, el 2.3% son personas con diferentes discapacidades, tanto visibles como invisibles, que se desempeñan en diversas áreas de la organización. Este es un hito sumamente importante, especialmente considerando la legislación chilena actual, que recientemente aumentó del 1% al 2% el requisito de inclusión de colaboradores con discapacidad o pensión de invalidez.

En Accenture Chile, el equipo de inclusión y diversidad, junto con el programa “Sin Barreras”, desempeña un rol fundamental desde el proceso de selección hasta el acompañamiento de estos talentos en el cumplimiento de sus objetivos anuales, tanto personales como del equipo. La inclusión de profesionales con discapacidades invisibles ha tenido un impacto positivo en la productividad y la cultura organizacional, promoviendo un ambiente de trabajo más diverso, innovador y colaborativo.

Desde su experiencia personal y profesional, ¿qué desafíos principales ha enfrentado al ser parte del espectro autista en un entorno laboral tan competitivo y orientado a resultados como el de la ingeniería civil y los datos?

En Chile, los profesionales neurodivergentes enfrentamos desafíos sociales y prejuicios asociados al entorno laboral. A menudo, se visibiliza a personas neurodivergentes que requieren mayor apoyo en sus necesidades, pero cada uno de nosotros es diferente. He tenido que enfrentarme a profesionales en altos cargos dentro de organizaciones que se autodenominan inclusivas, quienes me han dicho cosas como “quieres dar lástima”, “no cuentes tu condición en tu proceso de selección”, “no eres apto para desempeñar tu profesión”, “te demoras mucho más que otros” o “simplemente no eres autista, sino que elegiste una mala carrera estudiantil”. Muchos de estos comentarios los recibí antes y durante mi proceso de asimilar mi condición. Sin embargo, lo más importante es establecer límites.

Ser un profesional orientado a los resultados y a los datos, con un fuerte desarrollo de habilidades en el detalle, permite una mayor concentración en las tareas solicitadas. Una persona neurodivergente puede perfectamente priorizar una tarea y luego trabajar en otra. No obstante, es crucial que el equipo se capacite y que las personas involucradas aprendan sobre la neurodivergencia.

¿Existen cifras o datos que pueda destacar sobre los beneficios económicos y productivos de contar con profesionales neurodivergentes en proyectos de análisis de datos e inteligencia de negocios?

El tema de la neurodivergencia, especialmente en adultos, aún está en desarrollo, con solo el 2% de estudios centrados en ellos. Muchos profesionales se identifican con esta condición a través de familiares, y no siempre buscan un diagnóstico formal. Aunque la mayoría de la ayuda está dirigida a niños, hay estudios recientes, como el “Neurodiversity in Business: Research Report 2024”, que destacan los beneficios de contratar a personas neurodivergentes. Estos incluyen un aumento de hasta el 30% en la productividad en proyectos de análisis de datos, mayor precisión debido a la atención al detalle y la capacidad de detectar patrones, y mejoras en la retención de personal, lo que reduce costos de rotación.

Más allá de sus habilidades técnicas, ¿qué cualidades humanas considera que lo han ayudado a sobresalir en su campo, y cómo cree que estas cualidades pueden inspirar a otros profesionales con discapacidades invisibles.

Mi diagnóstico de autismo fue tardío, hace apenas un año, lo que me permitió entender que mis dificultades personales y profesionales no eran únicamente mías, sino una forma diferente de procesar la información. Enfrenté el reto de vivir en un país sin datos ni referentes de profesionales autistas en mi campo. Al descubrir mi condición, decidí no verla como una debilidad, sino como una fortaleza. Completé una de las carreras más difíciles en Chile, desarrollé habilidades en análisis de datos y, a pesar de la falta de inclusión en muchas organizaciones chilenas, perseveré buscando oportunidades en multinacionales con experiencia en inclusión laboral. Hoy trabajo en una organización que cree en mis capacidades y objetivos, lo que me inspira a seguir creciendo y contribuyendo.

Desde su experiencia en diversidad, equidad e inclusión, ¿cómo cree que las empresas pueden mejorar sus procesos de selección y accesibilidad para facilitar la inserción de profesionales neurodivergentes en el ámbito tecnológico y de análisis de datos?

Las empresas han reconocido que los profesionales neurodivergentes aportan cualidades únicas y valiosas, como he experimentado en áreas como análisis de datos, ciberseguridad y desarrollo de software. Para facilitar la inserción de estos profesionales, las empresas deben diseñar procesos de selección inclusivos que minimicen sesgos, como evitar entrevistas grupales y ofrecer pruebas prácticas.

Además, es crucial capacitar a los equipos de recursos humanos en neurodiversidad, ofrecer adaptaciones razonables, como entrevistas en formatos alternativos y reducir factores que aumenten la ansiedad, como el uso obligatorio de cámaras en videollamadas. Promover una cultura inclusiva y utilizar tecnología accesible son también pasos importantes. Por último, el feedback continuo de los candidatos neurodivergentes puede mejorar los procesos de selección y garantizar la efectividad de las adaptaciones implementadas.



Leandro Cuozzo

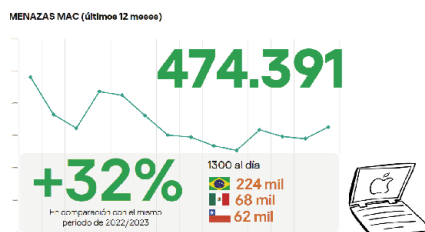
Analista del Equipo Global de Investigación y Análisis de Kaspersky

El crecimiento del comercio electrónico en América Latina impulsa nuevas amenazas de ciberseguridad

La región enfrenta amenazas crecientes de cibercrimen, desde troyanos bancarios hasta estafas móviles, impulsadas por la transformación digital.

En un contexto donde la digitalización crece exponencialmente, la ciberseguridad se convierte en un desafío cada vez más urgente para América Latina. Leandro Cuozzo, analista del Equipo Global de Investigación y Análisis de Kaspersky, detalla las amenazas más comunes en la región, subrayando cómo el auge del comercio electrónico y el uso de dispositivos móviles han generado nuevas oportunidades para los cibercriminales.

Cuozzo señala que los troyanos bancarios son una de las principales amenazas en América Latina. Estas herramientas maliciosas, que roban información financiera sensible como credenciales de acceso y datos de tarjetas de crédito, son especialmente activas en Brasil, país del cual provienen 8 de los 10 troyanos más dañinos en la región. Además, los dispositivos móviles se han vuelto un objetivo atractivo para los cibercriminales,



quienes desarrollan malware que afecta aplicaciones financieras locales.

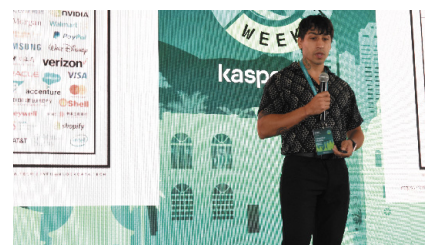
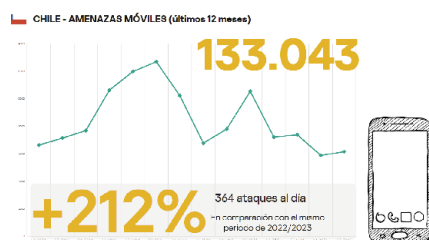
Las estafas mediante aplicaciones falsas también han crecido, según Cuozzo. Estos programas fraudulentos emulan billeteras electrónicas y sistemas de pago, generando comprobantes falsos que los estafadores usan para engañar a pequeños comercios. Estas apps incluso incluyen animaciones y funcionalidades avanzadas, lo que hace que las estafas sean más convincentes. Cuozzo recomienda a los usuarios verificar directamente en sus dispositivos si las transacciones han sido efectivas.

La ingeniería social es otra técnica clave utilizada por los cibercriminales. Este profesional advierte que las víctimas suelen ser manipuladas para proporcionar información sensible o realizar acciones impulsivas, como compartir un PIN o realizar una transacción. La recomendación es

simple: actuar con la “cabeza fría” y no dejarse llevar por la presión externa.

En cuanto a las medidas de seguridad, el analista destaca la importancia de mantener los dispositivos actualizados y protegidos con antivirus. Las transacciones deben realizarse desde equipos seguros, evitando decisiones apresuradas. La prevención es clave para mitigar los riesgos que plantea un entorno digital en constante evolución.

Además, advierte sobre la creciente sofisticación del cibercrimen en América Latina. Con la adopción de nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, los ataques se vuelven más complejos. El uso de phishing y técnicas de deepfake ya comienza a despuntar en la región, lo que obliga a las empresas a mantenerse un paso adelante en la protección de sus sistemas y empleados.



Isabel Manjarrez

Investigadora de ciberseguridad en el Equipo Global de Investigación y Análisis de Kaspersky

Deepfakes y ciberseguridad: los nuevos riesgos para empresas y usuarios en América Latina

Los deepfakes presentan nuevas amenazas para el sector financiero y corporativo, generando fraudes y suplantación de identidad a gran escala.



La tecnología de los deepfakes ha avanzado rápidamente, y con ella, los riesgos asociados a su uso malintencionado en América Latina. Según Isabel Manjarrez, investigadora de ciberseguridad en el Equipo Global de Investigación y Análisis de Kaspersky, esta tecnología, inicialmente popular en redes sociales, ha sido adoptada por los cibercriminales para cometer fraudes financieros, suplantaciones de identidad y ataques que erosionan la confianza en figuras públicas y organizaciones.

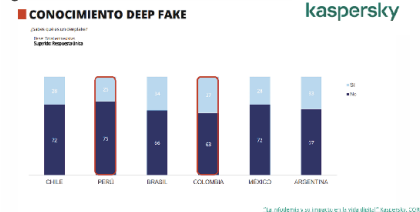
realista que desafía las tecnologías de verificación actuales.

Uno de los mayores retos que enfrentan las empresas ante los deepfakes es la vulnerabilidad en sectores críticos como el financiero y el gubernamental. Según Manjarrez, los fraudes a través de deepfakes ya han costado millones de dólares. Por ejemplo, un reciente caso en Hong Kong involucró a un trabajador financiero que fue engañado para transferir \$25 millones de dólares mediante una videollamada falsificada, en la que los participantes eran recreaciones deepfake del personal de la compañía.

Manjarrez recomienda a las empresas implementar sistemas robustos de verificación y educar a sus empleados sobre los riesgos de esta tecnología. Además, subraya la importancia de combinar verificación biométrica con métodos tradicionales de autenticación, como códigos de verificación y contraseñas, para evitar ser víctimas de fraudes.

A medida que la tecnología avanza, las amenazas también evolucionan. Según el Foro Económico Mundial, el uso de

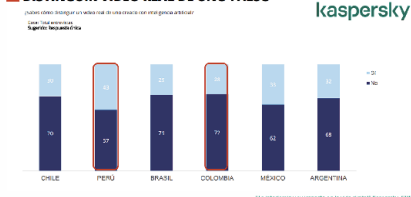
¿IA o realidad?



deepfakes ha crecido un 900% en los últimos años. Manjarrez advierte que las empresas deben mantenerse alerta y prepararse para detectar estas amenazas, que no solo afectan la reputación y la confianza, sino que también representan un riesgo significativo para la seguridad financiera.

Los deepfakes ya no son solo una herramienta de entretenimiento o manipulación política, sino una poderosa arma que los cibercriminales están utilizando para generar caos y obtener ganancias ilícitas en un mundo cada vez más digitalizado.

DISTINGUIR VIDEO REAL DE UNO FALSO



Manjarrez explica que las Redes Generativas Antagónicas (GAN), el motor detrás de la creación de deepfakes, se han perfeccionado a tal grado que es cada vez más difícil detectar imágenes o videos falsos. Estas redes antagonizan entre sí, lo que permite la generación de contenido falso extremadamente



Narciso Casado

CEIB

La Cumbre Iberoamericana impulsa la digitalización, el empleo y la sostenibilidad

El evento subraya la importancia de la colaboración público-privada para el desarrollo económico en toda Iberoamérica

Narciso Casado es una figura central en el ámbito empresarial iberoamericano. Como Secretario Permanente del Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB) y Director de Relaciones con Iberoamérica de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), ha dedicado más de 35 años a fortalecer las relaciones empresariales en la región. A lo largo de su carrera, Casado ha articulado estrategias que promueven la competitividad empresarial y el crecimiento económico en toda Iberoamérica.

Uno de los pilares en la agenda de Casado ha sido la transformación digital, tema clave para el futuro del tejido empresarial en la región. Desde su liderazgo en CEIB, ha impulsado la adopción de tecnologías emergentes y la digitalización de las empresas, considerando estas herramientas esenciales para el desarrollo sostenible y la cohesión social en una era de rápida evolución tecnológica. Casado señala que la digitalización no solo es crucial para la competitividad empresarial, sino también para mejorar el bienestar general de las sociedades iberoamericanas.

La Cumbre Iberoamericana y el Encuentro Empresarial han sido plataformas clave para la integración regional, promoviendo la colaboración entre los líderes empresariales y los gobiernos de los países de Iberoamérica. A través de estos foros, se han diseñado condiciones favorables para la inversión y el crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, fomentando la innovación abierta, donde corporaciones y startups trabajan juntas para enfrentar los desafíos actuales. Estos eventos ofrecen una visión integral que abarca a toda la región, desde América Latina hasta la península ibérica, y buscan fortalecer

La Cumbre Iberoamericana representa una oportunidad única para promover la innovación, la sostenibilidad y la integración económica a través de la cooperación entre los sectores público y privado, fortaleciendo a toda la comunidad empresarial iberoamericana.

Con más de 35 años de experiencia en diplomacia corporativa, ¿cuál considera que ha sido el impacto más significativo de su trabajo en la creación de alianzas entre los actores empresariales y económicos de Iberoamérica?

Trabajar desde las organizaciones empresariales y para las organizaciones empresariales. La labor y el esfuerzo que se realiza desde las instituciones que defienden a los empresarios y empresarias, sus ideas, planteamientos y vocaciones empresariales es fundamental. Lo más importante es que siempre se ha hecho en equipo, el de CEIB y con toda la red de

la Organización Internacional de Empleadores (OIE). Esta es la clave del éxito.

Nosotros lo que hacemos es coordinar y poner encima de la mesa temas, retos; buscar ejemplos y experiencias de éxito que ya existen en nuestras organizaciones; y, sobre todo, vertebrar un espacio empresarial iberoamericano que está formado por las organizaciones empresariales presentes en la región y que ya son exitosas en sus países, cumpliendo una labor fundamental de diálogo social y de diálogo público-privado con los gobiernos.

La Cumbre Iberoamericana y el Encuentro Empresarial se han consolidado como espacios clave para la integración regional. ¿De qué manera estos eventos fomentan la colaboración entre empresarios de Iberoamérica y qué nuevas oportunidades espera que se presenten en la próxima edición?

Partimos de la base de que para nosotros las Cumbres Iberoamericanas son la mejor herramienta de integración regional que existe, y los Encuentros Empresariales, la mejor manera de materializar y dar visibilidad a la importante labor que hacen los empresarios de todos los países por el crecimiento, el empleo, la formación y el desarrollo de la región.

Estos eventos no solo fomentan la colaboración entre empresarios, sino también con los representantes de los gobiernos de Iberoamérica. Durante el Conversatorio de Jefes de Estado y de Gobierno, un momento clave, los líderes empresariales les trasladan sus recomendaciones, prioridades, demandas y compromisos más apremiantes para la región.

Los objetivos se traducen en una mayor cohesión social e integración regional que se materializa en acciones decisivas para interconectar la región. A través de los Encuentros colaboramos para ayudar a orientar las políticas públicas y crear un entorno empresarial favorable, mejorando el clima de negocios. Y lo más importante, perseguimos facilitar y fomentar el diálogo entre el sector público y privado. Una de las principales novedades en esta edición que fomenta la colaboración entre empresarios será la posibilidad de realizar encuentros B2B para impulsar y potenciar los negocios y las inversiones en la región.

El Consejo de Empresarios Iberoamericanos (CEIB) tiene un rol crucial en la representación de las empresas en la región. ¿Cuáles son los principales desafíos que las empresas iberoamericanas enfrentan hoy en día en términos de competitividad y sostenibilidad?

Hace apenas unos meses hicimos público el III Observatorio de la Sostenibilidad en Iberoamérica,



un estudio que recoge las opiniones de más de 770 instituciones y empresas de todos los sectores de 21 países de la región. Y he de decir que la gran mayoría considera que los principales desafíos a nivel global en los próximos tres años se centran en: el cambio climático, la crisis económica y la ciberseguridad.

Estos retos son considerados críticos en el contexto actual, marcado por la sucesión de diversas crisis, incluyendo la pandemia de COVID-19, la guerra en Ucrania, el conflicto en Gaza, la crisis de suministro de materias primas y la polarización social. Todo ello influye sobremedida en la competitividad y la sostenibilidad para las empresas. Les recuerdo la importancia también de volver a la senda de la inversión, el desarrollo y el crecimiento, un compromiso clave adoptado por los líderes empresariales en la pasada cumbre celebrada en República Dominicana.

La inclusión es otro tema clave en la próxima Cumbre. Desde su experiencia, ¿cuáles son las mejores prácticas que ha observado en la región para promover la inclusión en el entorno empresarial y qué papel juegan los empresarios en este proceso?

Nuestra prioridad siempre deben ser las personas. El crecimiento estable y sostenible de la región depende, en gran medida, del esfuerzo que hagamos para evitar la exclusión y que nadie se quede atrás. Y la única

manera de romper las desigualdades es promover el empleo y la formación como las mejores fórmulas de inclusión social. Son muchas las experiencias de éxito de las organizaciones empresariales miembros de CEIB en esta materia, que van desde la pedagogía empresarial, siempre necesaria, hasta acciones concretas como la creación de agencias o de instituciones para posibilitar la búsqueda de trabajo.

Una de las mejores maneras de llevar esto a cabo es buscar medidas adecuadas para mejorar las condiciones de acceso al empleo y para ello la empresa es protagonista en este proceso. Y me parece también imprescindible potenciar las inversiones de triple impacto, haciendo que las empresas no solo inviertan, sino que lo hagan mejor. Las inversiones hoy en día cada vez son más verdes, sostenibles e inclusivas. Deben ser eficaces y que ayuden a todo el mundo por igual. Para ello, apostar por proyectos que beneficien a las comunidades locales e implicarlas desde un principio en lo que será el resultado final es esencial.

Desde su perspectiva, ¿cómo ha evolucionado el papel del empresario iberoamericano en la última década, y cuáles son las habilidades más importantes que los líderes deben desarrollar para mantenerse competitivos en un entorno global cada vez más digitalizado?

El papel del empresario iberoamericano ha evolucionado hacia un liderazgo más colaborativo y consensuado. Hoy, el liderazgo comprometido y el diálogo social son herramientas esenciales. Los líderes deben ser proactivos, creativos, innovadores y apostar por la cohesión, evitando la polarización. Además, necesitan habilidades como el autocontrol, la perseverancia y la capacidad de comunicación para enfrentar los retos de la transformación digital y fomentar soluciones integradoras para Iberoamérica.

¿Cómo cree que las organizaciones empresariales pueden fomentar una cultura de colaboración más estrecha entre el sector privado y los gobiernos, para impulsar el desarrollo económico y social en Iberoamérica?

Las organizaciones empresariales fomentan la colaboración entre el sector privado y los gobiernos mediante el diálogo y la cooperación. En el "Espacio Empresarial Iberoamericano", trabajamos junto a los gobiernos e instituciones públicas en iniciativas y foros, especialmente a través de la Secretaría General Iberoamericana (SEGIB). Un ejemplo clave de esta colaboración son los Encuentros Empresariales de las Cumbres Iberoamericanas, donde los empresarios y líderes gubernamentales acuerdan compromisos que reflejan las prioridades más urgentes de la región.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

REPÚBLICA DOMINICANA 
ISSN 2630-0100

**Cesarina
Beauchamp**

VP Ejecutiva Sky High Dominicana

Aerolínea eleva
estándares de
calidad con
compromiso y
excelencia

www.revistafactordeexitodominicana.com

@revistafactordeexitodominicana

- **Theresa Sullivan**
Generala CEO de las Líneas Aéreas, S.R.L.
El turismo dominicano es un viaje hacia la excelencia sostenida
- **George A. Nader**
CEO de Hodelpa Empresas
Innovación y sostenibilidad como claves del futuro turístico en el país
- **Jessica Aja Franco**
Directora de Marketing de Hodelpa Hotels & Resort
- **Edmundo Aja**
Presidente de Hodelpa Hotels & Resorts
Transformar el turismo con amor es la filosofía de Hodelpa Hotels & Resorts
- **Isabel Piñero**
CSO Chief Sustainability Officer
Grupo Piñero continúa invirtiendo en el turismo del país

La industria turística en constante evolución y crecimiento



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

FDE
FACTOR DE ÉXITO

PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



DESCARGA TODAS
NUESTRAS
EDICIONES AQUI



CHILE | COLOMBIA | ECUADOR | MÉXICO | PANAMÁ
REPÚBLICA DOMINICANA | MIAMI | ATLANTA | NEW YORK



El Ministerio de Energía Finaliza con Éxito Programa de Liderazgo para 31 Mujeres del Sector Energético En La Región Metropolitana

Con el objetivo de fortalecer las capacidades adaptativas de las mujeres para sus trayectorias laborales y fortalecer así sus habilidades de liderazgo para una industria energética más inclusiva, el Ministerio de Energía junto a la Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE) cerraron con éxito la primera versión del “Programa de Liderazgo de Mujeres en Energía”, que contó con la participación de 31 profesionales provenientes de ese sector.

La clausura de esta inédita iniciativa que coloca a Chile a la vanguardia en la preparación de mujeres para que asuman el liderazgo ante la transición energética, asistieron el Subsecretario de Energía, Luis Felipe Ramos; Iván Moran, SEREMI de Energía RM; Ana Martínez, SEREMI de la Mujer y Equidad de Género RM; Rosa Riquelme, Directora Ejecutiva de la Agencia de Sostenibilidad Energética; Francisca Valenzuela, Jefa de la Oficina de Género y DDHH del Ministerio de Energía y Jessica Miranda Jefa de la Oficina Temática de Educación y Género de la AgenciaSE.



Agencia de
Sostenibilidad
Energética

El Subsecretario de Energía, Luis Felipe Ramos valoró el inicio de este programa que incorporó a trabajadoras de la industria energética: “La energía es un sector muy masculinizado, donde la participación de las mujeres se centra fundamentalmente en sectores administrativos mientras que en los sectores técnicos la presencia es muy reducida. Precisamente por esto, el trabajo que estamos realizando desde el Ministerio de Energía, en colaboración con la Agencia SE es clave, puesto que está orientada a incorporar cada vez más a mujeres, más lideresas en posiciones de toma de decisiones y liderazgo. Mis felicitaciones a cada una de las graduadas y esperamos que durante este año podamos llegar a más regiones del país con este programa”.



El grupo de participantes está compuesto por distintas representantes de empresas del rubro energético, consultoras, empresas de energías renovables, fundaciones y organizaciones no gubernamentales, además de instituciones del sector público ligadas al sector.

La Jefa de la Oficina de Género y Derechos Humanos del Ministerio de Energía, Francisca Valenzuela, recordó que las mujeres solo están presentes en el 17 por ciento de los cargos directivos del sector energía, agregando que “estamos en discusiones claves hacia la transición energética justa y es importante recordar que estos avances nunca más pueden ser sin nosotras. Esta es una tremenda oportunidad para reforzar estas voces y que podamos ser más participes de estos procesos de toma de decisiones tan sustantivos para el desarrollo sostenible”.

Para la Directora Ejecutiva de la AgenciaSE Rosa Riquelme, el programa que culmina el día de hoy en la Región Metropolitana es muy necesario porque “la crisis climática que mandata una transición energética y socio-ecológica justa, requiere de liderazgos distintos, requiere de diversidad, requiere de todos y todas para cambiar la forma en que hacemos las cosas y miramos el mundo, nuestro desarrollo y progreso, con el apellido de justicia, responsable con su territorio y su gente. Ese liderazgo que anhelamos se ejerce día a día y no depende del espacio que ocupemos, por supuesto unos facilitan más que otros el impacto que podamos tener, pero soy una convencida de que desde donde estemos podemos mover y movernos, pero depende de que lo queramos y que tengamos las herramientas, y este programa busca poder empoderar y brindar herramientas”.

ENERGÍA INCLUSIVA

En un mundo donde los desafíos como el cambio climático y la transformación digital afectan en mayor medida a las mujeres, la transición energética debe abordar no sólo las preocupaciones ambientales y económicas, sino también el empoderamiento de las mujeres para lograr la paridad en el sector energético.

Los talleres que fueron implementados y dirigidos por la organización Walk The Talk, contó con la participación de 31 mujeres que se capacitaron con el objetivo de potenciar el liderazgo en sus organizaciones pertenecientes al sector energético durante los meses de mayo y junio.

Las capacitaciones se impartieron en 8 módulos, los cuales fortalecieron las habilidades para las futuras lideresas en el sector energético mediante una metodología llamada “The Walking Talk”, que busca generar direcciones responsables, potenciando a las mujeres y transformando sus vidas. Gracias a un enfoque único y revolucionario, el modelo busca acompañar, educar e inspirar para que las mujeres sientan el llamado a la toma de acción para generar cambios significativos en la energía y el mundo. A diferencia de cualquier otro programa, Walk The Talk ofrece una experiencia que conecta a las participantes con su verdadero potencial, impulsando un impacto duradero tanto a nivel personal como profesional.

Marta Alonso, fundadora de Walk The Talk, organización que busca empoderar a las mujeres en el sector energético a través de un liderazgo transformador, señaló que “es muy importante poder trabajar con este grupo de mujeres del sector energético, con quienes hemos iniciado un camino que a veces no es fácil, pero es el camino de mujeres líderes responsables”.

“Necesitamos más mujeres al frente de organizaciones del sector energético que estén en posiciones donde se toman las decisiones que verdaderamente importan, mujeres que sean CEO, mujeres que sean ministras, mujeres que lleguen a ser Presidentas de la República y a eso nos abocamos en Walk The Talk, a acompañarlas, a que crean en ellas y no dejen nunca de soñar para que logren que las cosas pasen”, agregó.

El programa tiene una duración de 30 horas divididas en sesiones presenciales, donde las participantes aprenden técnicas de autoconocimiento mediante dinámicas grupales, sesiones online con grupos reducidos orientados a la generación de vínculos para construir la confianza necesaria en los equipos de alto desempeño, y talleres de corporalidad donde se construye la capacidad adaptativa desde la triple coherencia de cuerpo, emoción y lenguaje.

El siguiente paso es dar inicio a este mismo programa en la Región de Atacama durante los meses de julio y agosto

ACERCA DE WALK THE TALK

Walk the Talk nace para dar respuesta a las limitaciones de las capacidades tradicionales, y enfoca su metodología en producir cambios sostenibles en el desempeño profesional de las mujeres, incrementando su presencia en posiciones de liderazgo dentro de las organizaciones del sector energético. Los impulsores de la iniciativa consideran que las mujeres aportan perspectivas diversas, habilidades de colaboración y enfoques innovadores, elementos esenciales para enfrentar los complejos desafíos de la industria energética en Chile.



Alexandre Pereira

RVP Cloud ERP & SAP S/4 Hana para SAP Latinoamérica y el Caribe.

SAP: La modernización empresarial como servicio

En un mercado dominado por la vertiginosidad de los negocios y los cambios tecnológicos, tres conceptos están abriendo el camino para la transformación digital de las empresas: cleancore, ERP as a Service (por suscripción) y la inteligencia artificial (IA).

Clean Core de ERP: Estandarización y Adaptabilidad

Al estandarizar los procesos y datos subyacentes en nuestras operaciones de ERP, creamos una base confiable. Sin embargo, el secreto radica en que no se trata de una base rígida. La flexibilidad nos permite hacer personalizaciones donde sea necesario, sin comprometer la integridad del sistema. Así, obtenemos lo mejor de ambos mundos: estabilidad y adaptabilidad.

Por otra parte, gracias al cleancore podemos reducir la personalización de software, automatizar procesos y optimizar la base de datos. Esto se traduce en una mayor eficiencia operativa. Además, al adoptar actualizaciones regulares y herramientas de desarrollo potentes, mantenemos la agilidad necesaria para enfrentar los desafíos de un mercado en constante cambio.

El concepto de “estado persistente de innovación” es fundamental en la estrategia de cleancore. Este enfoque permite a las empresas mantenerse en una constante evolución tecnológica, aprovechando las actualizaciones y mejoras continuas del sistema sin las interrupciones que generan las personalizaciones excesivas. La clave está en crear una base tecnológica estándar y flexible, que facilite la integración de nuevas tecnologías y métodos innovadores de manera fluida y sin fricciones. Este estado asegura que las empresas no solo se mantengan al día, sino que también lideren en sus respectivas industrias, adaptándose rápidamente a las nuevas demandas y oportunidades del mercado.

El “estado persistente de innovación” requiere, por tanto,

un cambio en el modelo operativo de TI, hacia un modelo moderno que permita que los recursos de la organización de TI dediquen sus esfuerzos a apoyar el negocio y las innovaciones, y ya no centrarse en mantener las luces encendidas. El único modelo de deployment que respalda este estado es el ERP as a Service.

ERP as a Service: innovación continua y visibilidad

Con el ERP as a Service, accedemos a innovaciones directamente desde los lanzamientos estándar de SAP. Esto significa que siempre estamos al día con las últimas soluciones. Y en un mundo dinámico como el actual, la agilidad para adaptarnos a las demandas del negocio es fundamental. SAP le ayudará con la carga operativa que supone mantener en funcionamiento sus sistemas de misión crítica, para que pueda centrarse en lo que importa: su negocio.

Asimismo, al tener una única versión de la verdad, obtenemos una visión clara del rendimiento de nuestros procesos de negocio. Esto nos permite tomar decisiones informadas y ejecutar acciones con calidad y disponibilidad de datos.

Inteligencia Artificial: transformando el paisaje empresarial

La inteligencia artificial está revolucionando la forma en que las empresas operan, ofreciendo nuevas oportunidades para optimizar procesos y tomar decisiones más inteligentes. Integrada con Cloud ERP y servicios en la nube, la IA potencia la eficiencia y la precisión en todas las áreas del negocio.

La implementación de IA en las operaciones empresariales

permite automatizar tareas rutinarias, analizar grandes volúmenes de datos y obtener insights que antes eran inalcanzables. Esto no solo mejora la productividad, sino que también facilita la personalización de servicios y productos, adaptándolos mejor a las necesidades de los clientes.

Una propuesta con resultados comprobados

Gracias a la combinación de una estrategia de cleancore y ERP as a Service, con la IA, podemos lograr resultados contundentes, como automatizar tareas repetitivas, predecir tendencias de mercado, mejorar la experiencia del cliente y del empleado, optimizar procesos operativos y garantizar la seguridad y cumplimiento normativo. Lograr un “estado persistente de innovación” permitirá reducir el costo total de inversión y mantendrá su negocio a la vanguardia de su industria.

Acerca de SAP

Como líder global en aplicaciones empresariales e IA aplicada a los negocios, SAP (NYSE:SAP) se sitúa en el nexo entre el negocio y la tecnología. Durante más de 50 años, las organizaciones han confiado en SAP para sacar lo mejor de sí mismas uniendo las operaciones críticas para el negocio, que abarcan finanzas, compras, recursos humanos, cadena de suministro y experiencia del cliente.



Carlos Blanco

CEO de Abside

El poder de la data en las empresas

Aquellas organizaciones que logran aprovechar este recurso de manera efectiva, están mejor posicionadas para liderar en sus respectivos mercados y alcanzar un crecimiento sostenible.

En el continuo compromiso de compartir contenidos de valor con nuestros lectores, desde Factor de Éxito queremos llevarles información sobre cómo tomar decisiones de negocio a partir de analíticas de la nube, en esta ocasión, conversamos con Carlos Blanco, CEO de Abside, quien como Ingeniero en Sistemas especializado en economía empresarial, ha tenido la oportunidad de manejar grandes clientes y acompañarlos a transformar sus plataformas corporativas a sistemas Google y SAP, que le ofrecen soluciones para optimizar sus procesos.

Blanco tiene más de 20 años de experiencia en la Dirección de High Tech e informática, Manejo de Grandes Clientes y Transformación de Plataformas Corporativas, con experiencia de cobertura regional en más de 10 países en Latinoamérica e Islas del Caribe.

“Una de las propuestas tecnológicas de mayor provecho actual para los negocios son los programas de analíticas en la nube, las cuales presentan amplias oportunidades para generar cambios relevantes en una empresa. Ser parte de esa transformación, ofreciendo un camino que lleve progreso y evolución a un negocio es mi principal motivación y mi por qué”, expresa.

¿Cuáles son los beneficios clave de utilizar analíticas en la nube para la toma de decisiones empresariales?

Estos sistemas permiten acceso inmediato a datos actualizados, con mínima latencia, que es el tiempo que tarda un dispositivo en leer y almacenar datos. Por lo que siempre se va a poder contar con los datos más recientes, sumados a todos los que ya tiene disponible el programa.

Manejar grandes volúmenes de datos, lo cual es vital para empresas grandes o con un crecimiento dinámico.

Centralización de datos, toda la información de todas las fuentes y sistemas estarán en un mismo lugar y permitiendo que el sistema, al realizar análisis y predicciones, sea más exacto.

Capacidad avanzada de análisis, a través del learning machine, la inteligencia artificial y el análisis predictivo, este software permite identificar patrones, tendencias y oportunidades que podrían pasar desapercibidos de otra manera.

En su opinión, ¿podríamos decir que vivimos en tiempos definidos por una “cultura empresarial de datos”?

Cada vez en mayor medida la cultura empresarial se basa en datos,

dejando en un segundo plano la intuición o las suposiciones para pasar a informaciones objetivas. Esto, por supuesto, implica un cambio cultural hacia una mentalidad basada en la evidencia, donde las decisiones son respaldadas por datos cuantificables y verificables.

No significa esto que los seres humanos y su habilidad de análisis no serán necesarios. Más bien que sus recomendaciones podrán ser respaldadas por datos y, a partir de las mismas, desarrollar estrategias y planes.

¿Es accesible la implementación de un sistema de analíticas en la nube para empresas sin importar su tamaño?

Las empresas de cualquier tamaño pueden acceder a un sistema de analíticas en la nube, esto porque los servicios en la nube permiten a las empresas pagar solo por los recursos que utiliza.

Las pequeñas empresas pueden empezar con los recursos básicos y escalar según sea necesario a medida que crecen.

Las soluciones en la nube permiten que empresas de cualquier tamaño, aprovechen capacidades sofisticadas que antes solo estaban disponibles para grandes organizaciones.

¿Cuáles son las fortalezas de Abside que la diferencian de otras empresas en el mercado de soluciones tecnológicas?

La asesoría a nuestros clientes ofrece un valor importante para las empresas, ya que no se trata solo de adquirir un software o un recurso tecnológico es saber cuál es el indicado para el tipo de negocio, orientarlos sobre cómo sacarle el mayor provecho al mismo, de qué manera manejarlo.

Un factor importante al momento de orientarlos en la tecnología a utilizar es determinar cuál opción permitirá la continuidad operativa y guiarlos para evitar la obsolescencia tecnológica.

Este nivel de asesoría y experiencia le elimina costos y hace más rentable su operación.

¿Cuáles son los desafíos más grandes que ha enfrentado en su rol como CEO de Abside?

Como líder en la implementación exitosa de soluciones empresariales innovadoras, como Google y SAP he superado desafíos con determinación y visión. En mi rol como CEO de Abside, empresa regional que ha destacado en la transformación digital y la creación de empresas inteligentes, es natural que haya enfrentado varios desafíos significativos en el camino.

Dentro de los desafíos más grandes que podría mencionar está la resistencia al cambio por parte de las empresas o de la cultura organizacional en general, así como la necesidad de mantenerse actualizado constantemente en un entorno tecnológico en constante evolución, así como garantizar a mis clientes la adopción efectiva de nuevas herramientas por parte de todos los departamentos de sus empresas.

Sin embargo, la capacidad para liderar con claridad y comunicar eficazmente la visión de transformación digital, junto con mi compromiso con la innovación y la excelencia operativa, sin duda, me han permitido superar estos desafíos con éxito y posicionar a Abside como un referente en el sector. Mi objetivo y el de Abside es llevar a las empresas hacia un futuro de éxito sostenible en la era de la digitalización.

¿Cómo ha cambiado el comportamiento de las industrias y los consumidores con el uso de datos?

El uso de datos ha significado beneficios importantes que han acercado a las empresas y los consumidores, ya que facilitan las informaciones necesarias para realizar ajustes en todo el proceso de comercialización. Desde las características específicas del producto o servicio para dar respuesta a la necesidad del cliente hasta el empaque o atención que facilita y mejora la experiencia.

La relación entre los consumidores y las industrias es más estrecha, ya que los servicios y productos pueden ser personalizados y responden directamente a sus requerimientos e incluso sus deseos.

¿Cuáles son los principales retos que las empresas encuentran al intentar convertir los datos en acciones prácticas? ¿Cómo puede Abside ayudar a superar estos desafíos?

Al trabajar con datos suele ser un desafío integrar datos de diferentes fuentes y sistemas, contar con el talento y las herramientas adecuadas para analizar grandes volúmenes de datos de manera efectiva, así como lograr el retorno de inversión en tecnología y talento para manejar esos datos.

En Abside ofrecemos asesoría precisamente para apoyar a los clientes a seleccionar las herramientas adecuadas y adaptadas a la necesidad que tiene para que su inversión tecnológica sea un costo eficiente.

Con el software adecuado se puede lograr integrar los datos de diferentes fuentes, así como analizar grandes volúmenes de información.

Abside es un gran aliado de las empresas para recibir orientación sobre las soluciones tecnológicas que optimizan sus procesos.

¿Qué consejos le daría a empresarios y emprendedores que buscan implementar sistemas de analíticas en la nube en sus negocios?

- Lo primero es tener claridad en las necesidades que tiene el negocio que pueden ser resueltas con la analítica en la nube, y en base a esto definir muy bien los objetivos a alcanzar.

- El siguiente paso es uno de los más importantes y es obtener orientación sobre las opciones de software para analítica en la nube y cómo se ajustan a tu negocio.

- Involucrar a los colaboradores y capacitarlos para hacer la transición a este sistema es vital para hacer que funcione.

- Al iniciar la implementación recomiendo hacer un programa piloto que vaya escalando para permitir que el proceso de adaptación sea más llevadero, así como identificar ajustes necesarios.

- Las tecnologías transforman no solo la manera de hacer las cosas, también la mentalidad y la cultura de las empresas.



AGILIDAD ZEN: UNA NUEVA PERSPECTIVA PARA EL LIDERAZGO EMPRESARIAL

Arianna Martínez Fico

Autora de Agilidad zen. Consultora de Cabecera.
Mentor/Coach. Conferencista Internacional.

En el dinámico y desafiante mundo de los negocios, adaptarse a los cambios, anticiparse y responder rápidamente a las demandas del entorno para aportar valor se ha convertido en una capacidad crucial.

En este contexto, la agilidad popularizada por las metodologías ágiles para gestión de proyectos de desarrollo de software ha sido adoptada ampliamente en el mundo organizacional por su enfoque en adaptabilidad, colaboración y mejora continua.

Empresas y equipos buscan ser ágiles como un imperativo para mantenerse vigentes y competitivos.

Sin embargo, la búsqueda está más impulsada por moda, imitación o por la creencia de que esta tendencia hará que sus resultados mejoren de la noche a la mañana, sin tener un entendimiento amplio de qué es la agilidad ni del para qué quieren ser ágiles. Cuando no logran estos cambios de inmediato terminan por abandonar “la nueva moda gerencial”. Este es un dolor recurrente en las organizaciones. Se adoptan muchas veces de manera superficial disciplinas o metodologías que prometen resultados rápidos, sin los cambios necesarios en la cultura organizacional.

Algunas interpretaciones erróneas, a las que llamo “agilidad antiágil”, asocian el concepto de agilidad únicamente con velocidad, creyendo que ser ágiles implica moverse más rápido. La verdadera agilidad va mucho más allá.

Si bien la agilidad no es la panacea para todos los males empresariales, estoy convencida que sí es una capacidad muy atingente para gestionar situaciones complejas y cambiantes con habilidad, rapidez y flexibilidad.

Agilidad Zen es una evolución de la agilidad. Esta perspectiva integra algunos de los principios de la agilidad empresarial y del budismo zen, fomentando una agilidad consciente, armónica, simple, con sentido y sostenible.

Defino la Agilidad Zen como la capacidad de un sistema ya sea una persona, empresa o comunidad, de estar absolutamente presente, entender y aceptar las características, inquietudes, necesidades, ambiciones,

dolores y paradojas del mundo y del momento en el que está, anticiparse y responder con conciencia, integridad, velocidad y fluidez, para gestionar la complejidad, con un sentido o propósito noble que aporta valor al mundo.

La Agilidad Zen se caracteriza por:

- Ser consciente. Actúa en el aquí y ahora.
- Tener sentido. Considera tanto el qué como el cómo, buscando un propósito noble.
- Ser generativa. Fomenta la experimentación, el aprendizaje, la mejora continua, la libertad y el poder de acción.
- Enfocarse en lo esencial. Pone el foco en el punto de mayor contribución, menos es más.
- Ser sistémica. Integra las dimensiones física, emocional, mental y espiritual.
- Ser monista o no-dual. Promueve la consciencia de unidad, entendiendo que somos uno con el todo.

La Agilidad Zen busca desarrollar una perspectiva holística, combinando liderazgo consciente, pensamiento sistémico y sabiduría zen.

Esta propuesta invita a una transformación cultural organizacional amorosa, orgánica, humana y sustentable, a través de un proceso que pasa por:

- Enamorarse de la organización.
- Descubrir y conectar con lo que es valioso cuidar.
- Declarar el futuro deseado.
- Definir lo que estamos dispuestos a cambiar.
- Identificar el o los valores que compiten con lo que se quiere cambiar.
- Comprometer a los líderes.
- Involucrar a toda la organización.
- Ejecutar los cambios.
- Reflexionar y mejorar.
- Generar estructura de coherencia habilitadora.
- Cuidar el rol de las áreas de Gestión de Personas.

El resultado es un enfoque integral que permite a las organizaciones que adoptan Agilidad Zen lograr resultados extraordinarios, mayor innovación, colaboración, seguridad psicológica y bienestar de las personas y los equipos en el entorno actual tan disruptivo, impredecible y complejo.

“Ser el cambio que queremos ver en el mundo” decía Mahatma Gandhi. En mi libro Agilidad Zen hago una invitación a las empresas a inspirar y acelerar la transformación hacia un mundo mejor.



GESTIÓN DE CAPITAL HUMANO: NAVEGANDO EN UN MAR DE CAMBIOS

Thony da Silva Romero

Managing Partner- CEO de PIZZOLANTE

La gestión de recursos humanos se enfrenta, hoy por hoy, a una serie de singulares desafíos y oportunidades. El continente, caracterizado por una amplia diversidad cultural y económica, presenta un entorno donde las estrategias de gestión del talento deben ser tan dinámicas, como lo son las realidades de sus propios mercados. En este sentido, hay tendencias que marcan la pauta que empresas de todos los tamaños deben considerar, pues estas se imponen ante una fuerza laboral multigeneracional que moldea el futuro de nuestras propias organizaciones en la región.

Trabajo Híbrido: ganando tracción

Tal vez uno de los asuntos que mayor complejidad ha traído es el modelo de trabajo híbrido, esa combinación de trabajo remoto y presencial que nos quedó como legado de la pandemia, y que ha ganado tracción en toda la región a pesar de los constantes debates y decisiones particulares de empresas que se inclinan, en mayor o menor medida, por una u otra opción. Según un estudio de Microsoft, el 82% de las empresas en la región están adoptando o consideran adoptar el modelo híbrido a largo plazo, lo que refleja una necesidad de equilibrio entre la flexibilidad para los empleados y la eficiencia operativa para las empresas.

Este cambio no solo responde a la adaptación postpandemia, sino también a la búsqueda de una mayor satisfacción y retención del talento que pueda plegarse a este esquema como una opción viable (muchos no la tienen), considerando particularmente

a aquellos cuya labor está orientada al logro de objetivos concretos y donde las horas frente a un escritorio dicen poco frente a ello.

Son múltiples las empresas, particularmente en el ámbito de la tecnología como Microsoft o Spotify, que han implementado políticas híbridas exitosas que permiten a los empleados trabajar de forma remota, sin embargo, otras tantas como Tesla, o algunas otras en el ámbito financiero como Goldman Sachs o JP Morgan, se aferran al esquema presencial considerando que esto les resulta fundamental por razones de cultura o naturaleza de negocios.

Cualquiera que sea el esquema, el fortalecimiento y la capacidad de mantener viva la cultura organizacional, particularmente bajo el esquema remoto, será crucial, y esto estará determinado por la habilidad del liderazgo de impactar positiva y permanentemente en cada colaborador, así como la posibilidad de contar con las herramientas y una adecuada estrategia de comunicación, que mantenga amalgamada a la organización.

Por otra parte, sea remoto o presencial, la observación al bienestar de los empleados ya escapa a las paredes de la oficina, hoy ya no se limita a la “ergonomía del puesto de trabajo” o la salud física con chequeos médicos anuales; ahora también se incluyen elementos como la atención a la salud mental, emocional y financiera como parte integral de la salud del colaborador. En América Latina, la preocupación por el bienestar integral ha crecido exponencialmente, tal como lo indica el estudio “Mercer Global Talents Trends”, que señaló como el 74% de las empresas en la región están incrementando sus inversiones en programas de bienestar.

Transformación Digital: Una dimensión sin fronteras

El avance tecnológico marca la pauta en cuanto a los cambios en los modelos de operación de las organizaciones, y con ello el trabajo de su gente. La digitalización ha

permeado todas las áreas de la gestión empresarial, y la adopción de tecnologías como la inteligencia artificial y la analítica avanzada, está revolucionando la forma en que las empresas gestionan el talento.

El 60% de las empresas en América Latina está invirtiendo en herramientas digitales para mejorar procesos de reclutamiento, formación y evaluación del desempeño según Deloitte. El uso de plataformas como LinkedIn para la captación de talento y los softwares de gestión de talento como Workday o SAP SuccessFactors, han permitido a las empresas optimizar sus procesos, reducir tiempos de contratación y ofrecer una experiencia más personalizada a los candidatos.

La profundidad, alcance e impacto de estas y otras herramientas tecnológicas, se darán a mayor velocidad en la medida en que las condiciones económicas de los mercados resulten desfavorables, considerando así, que a mayor tecnificación y menos dependencia de talento, mayores serán las eficiencias en todo aquello donde la tecnología pueda ser un reemplazo como variable de costo significativa para mantener la competitividad.

Sin embargo, este vertiginoso avance de la tecnología obliga a la formación continua de nuestros colaboradores, la inversión en el desarrollo de habilidades para mantener ese “edge” competitivo resulta clave, y la implementación de programas internos de “reskilling” y “upskilling” deben prepararlos, no solo para los retos actuales, sino que también para las futuras responsabilidades. Esto, conjuntamente con otras medidas en favor del colaborador, también contribuirán a disminuir la rotación de personal que tanto costo genera a las organizaciones.

Diversidad e Inclusión: Un Imperativo Estratégico

La diversidad e inclusión (D&I) también se han convertido en prioridades estratégicas para las empresas, no solo se trata ya de cumplir con estándares globales, sino de aprovechar la riqueza cultural y social de la región para impulsar la innovación y el rendimiento. El estudio “Diversity Wins Report” de McKinsey, ya demostraba hace unos años que las empresas con políticas efectivas de D&I son entre un 25 y 35% más propensas a tener un rendimiento superior al promedio de su industria.

En países como Brasil, Natura & Co por ejemplo, empresa con la que tuve el gusto de trabajar para su introducción y despedida de Venezuela (dadas las condiciones país del momento), han implementado programas que fomentan la inclusión de grupos subrepresentados, no solo en términos de género



y etnia, sino también en cuanto a orientación sexual y capacidades diferentes. Estos programas no solo mejoran la reputación de la empresa, sino que también fortalecen la creatividad y la toma de decisiones al incorporar una variedad de perspectivas a sus procesos de gestión.

Natura se encuentra entre las empresas mejor calificadas en diversidad e inclusión en el mundo, según el ranking mundial redactado por Refinitiv, un consorcio de fondos de inversión afiliados al grupo de medios Thompson Reuters y la firma de capital privado Blackstone.

El reto hacia adelante

Con estas cinco aristas compartidas: Trabajo híbrido, Bienestar, Transformación Digital, Capacitación y Diversidad e inclusión, se entiende que la gestión del capital humano está en un proceso de transformación profunda que, a su vez, está redefiniendo el papel de los gestores del área en sus organizaciones. Son ellos, sentados al más alto nivel organizacional, los responsables de conducir con una visión de conjunto, la gestión del cambio que promueve esa evolución que la organización requiere en favor de su sostenibilidad.

Uno de los riesgos más importantes con el que estos gestores se encontrarán, será con la famosa “resistencia al cambio”, y como ya lo decía Nicolás Maquiavelo en su libro “El Príncipe”, “No hay nada más difícil de llevar a cabo, ni de éxito más dudoso, ni más peligroso de manejar, que el iniciar un nuevo orden de las cosas, porque el innovador tiene por enemigos a todos los que se beneficiaban de las viejas condiciones, y solo tendrá tibios defensores en aquellos que podrían beneficiarse de las nuevas”. En consecuencia, mucha estrategia y comunicación para apalancar los necesarios cambios que vienen, y de los que depende el futuro de su organización.



¿PORQUE LOS AUDITORES NO DETECTAN EL FRAUDE EMPRESARIAL?

Christopher Niquén

Especialista en gestión de personas

Evocando a la memoria que “Trabajar en la Cultura es fundamental. Recordemos lo que indicó Peter Drucker: La cultura se come la estrategia para desayunar”. Conversaba en el aula de la Escuela de Posgrado donde dicto clases en programas de maestría sobre Cultura Organizacional. Después de varias conversaciones con los Maestranes, les indicaba que, para mí, la Cultura es aquello que hacemos cuando nadie nos ve. Es lo que sucede en la organización de manera natural. No basta con tener una excelente Visión, Misión, Valores Organizacionales o Pilares Estratégicos, entre otros. Por supuesto, estos son muy importantes y ayudan muchísimo, pero tan relevante como ellos es trabajar para que todos en la organización lo entiendan, lo interioricen, crean en ello y trabajen en esa línea en todo momento.

Por ello, es fundamental entender que la cultura no es propiedad exclusiva de las áreas de Gestión de Talento. Desde Recursos Humanos, la impulsamos, pero debemos trabajarla inicialmente a nivel de Dirección y/o Alta Gerencia. Luego, la desarrollamos y desplegamos a todos los niveles.

Basándonos en esto, debemos asegurarnos de que todos, inicialmente, en la Alta Dirección estén alineados con esta cultura. Las personas buscarán a diferentes líderes para hacer consultas (no necesariamente

a Recursos Humanos) y plantear sus inquietudes. Es fundamental que nuestros líderes se muestren como verdaderos embajadores de nuestra cultura. Esto parte de la relevancia de ser coherentes en todo momento entre lo que decimos y lo que hacemos, para lo cual es clave el entendimiento y alineamiento a todos los niveles.

Al hablar de alineamiento, debemos entender que es un trabajo complejo. Por esta razón, siempre recomiendo trabajar en un plan de comunicación adecuado que permita, a través de diferentes herramientas, interiorizar conceptos clave. Es muy relevante tener estas actividades en diferentes momentos; no se trata solo de “una campaña”, sino de algo que debe acompañar a la organización en distintos momentos y celebrar pequeños logros y metas.

Este plan de comunicación debe abordar diferentes aspectos, como el entendimiento del motivo, lo que se busca y la razón de ser. Es parte de nuestro ADN como organización. Además, se puede fortalecer mediante pequeños talleres que no solo informen sobre temas, sino que también permitan construir conductas esperadas en función de los valores desarrollados. Conocer a los trabajadores y detectar líderes emergentes que puedan ser entrenados como “Embajadores de Cultura” es fundamental. Estos líderes tendrán una influencia diferente en las personas y pueden generar un impacto significativo.

Finalmente, es clave desarrollar una matriz de mando integral que permita medir los resultados. Tener una evaluación de la Cultura Organizacional con KPIs claros proporcionará información relevante para ajustar la estrategia de interiorización de nuestra Cultura Organizacional entre los empleados.



LIDERAZGO CONTRA LOS SESGOS

Ismael Cala

Periodista, escritor,
motivador y conferencista
inspiracional y empresarial

● Qué se necesita para que los empleados sientan una verdadera inclusión y pertenencia en su lugar de trabajo? Esta desconexión fue revelada en una encuesta global presentada por Accenture. En el estudio se encontró que, mientras el 68% de los líderes creían estar creando entornos empoderadores, solo el 36% de los empleados compartía esa opinión.

Reducir esta disparidad entre lo que los líderes creen que está ocurriendo y la realidad de los empleados es uno de los mayores desafíos actuales en el liderazgo, pues evidentemente, la responsabilidad de fomentar una cultura donde todos puedan prosperar y aceptar diversas perspectivas recae en aquellos que guían las organizaciones.

Algunas empresas abordan la inclusión y la diversidad con la misma disciplina y rigor que cualquier otra prioridad empresarial. Establecen objetivos, los comunican públicamente y recopilan datos para mejorar continuamente y responsabilizar a sus líderes.

De igual manera, se espera que todos los empleados asuman esta responsabilidad: adoptar la agenda de igualdad y hacer que forme parte de su trabajo el hablar y actuar regularmente. Desde los miembros de la

junta directiva hasta los nuevos empleados, todos son responsables de crear un entorno de trabajo donde las personas puedan ser auténticas.

Reconocer los sesgos inconscientes es un paso esencial para crear una cultura inclusiva. El progreso ocurre cuando la autoconciencia lleva a acciones positivas e impactantes. Una manera efectiva de combatir estos sesgos es crear espacios seguros donde las personas puedan compartir sus experiencias y sentirse vistas y escuchadas. Algunas iniciativas facilitan discusiones abiertas y honestas sobre temas difíciles para construir confianza y aumentar la transparencia.

Todos estamos en distintos niveles de consciencia sobre nuestros propios sesgos, así que las experiencias personales pueden servir como momentos de enseñanza. Las percepciones que se tienen de uno mismo influyen significativamente en cómo se presenta y desempeña en el trabajo. Además, es importante levantar a otros mientras se avanza.

Es fundamental que todos sepan que pertenecen a todos los espacios y lugares. Cada día, existe la oportunidad de construir una comunidad donde las personas sientan que pertenecen. Una serie de pequeñas, inteligentes e intencionales elecciones pueden marcar una gran diferencia.

La colaboración es fundamental y enfocarse en lo que más importa, que es poner a las personas en primer lugar, es clave para avanzar hacia una cultura inclusiva y de pertenencia.



LA NECESIDAD DE UN LÍDER QUE CONSTRUYA EN LA COMPLEJIDAD

Gustavo dos Santos

Director General HUMAN STADIUM

Vivimos una realidad y un contexto con alta evolución tecnológica y transformación digital, con inmediatez respecto a la información y el impacto que tiene ella en nuestras decisiones. A ello sumado la diversidad multicultural, los conocimientos en permanente actualización y revisión, la necesidad de llegar a resultados de manera anticipada, donde todo este conjunto fluye en espacios de complejidad e incertidumbre.

Una nueva normalidad donde los líderes y sus organizaciones abordan su gestión en lo que se conoce como el borde del caos, como un espacio de transición entre el orden y el desorden.

Hay un presente con nuevos ecosistemas que habrá que capitalizar y resignificar, para darle paso a la innovación disruptiva, la revisión cultural y la evolución de los proyectos, lo cual ayudará a los líderes de impacto a adaptarse a los entornos cambiantes y constantes del mercado.

De ahí la necesidad de contar con firmas innovadoras, creativas, expansivas y en permanente actualización para lograr de manera colectiva un nuevo un sentido de propósito, una visión clara, y una interacción real y cercana con el mundo y la sociedad que integramos.

Las estrategias que elaboremos deben estar abiertas a rediseños que exigen pautas no centradas en el control, en la excesiva y lenta planificación, sino en la generación de una organización viviente abierta, interactiva en todos los niveles y habilitadoras para ideas disruptivas. Hoy los líderes innovadores, provocadores y disruptivos, que desafían un entorno cambiante y movilizador, deberán atender a una nueva clave: abrazar la incertidumbre e interpretarla para reconocer oportunidades.

Será importante reconocer la complejidad y abordarla con todas sus variables, incluyendo la no linealidad de los fenómenos, las amenazas emergentes y los desequilibrios constantes de la realidad que nos prueba y nos exige. Lo complejo e incierto nos hace sentir vulnerables, es un estado que nos interpela y nos lleva a repensarnos. Para entender e interpretar nuevas oportunidades desde ese estado, necesitaremos desarrollar mayor inteligencia contextual!

Liderar con inteligencia contextual es poner en juego nuevas habilidades potenciadoras para entender los límites de nuestro conocimiento y adaptarlo a un ambiente diferente del que se desarrolló. Desarrollar mayor inteligencia contextual será evolucionar, explorar, observar y escuchar para entender el mercado.

Será también reconocer los estímulos que presenta el contexto aplicando perspectiva múltiple y visión estratégica para fijar nuevas metas. El foco estará en lograr inspiración

y estimular la creatividad para alcanzar proyectos de alto impacto, captar, reconocer oportunidades y encontrar nuevas respuestas, para preguntas que todavía no pusimos en práctica.

Las disrupciones del momento nos invitan a “actuar y pensar diferente”, donde la clave será tener una mejor lectura del juego antes que ocurra y confrontar con nuestros objetivos, ideas y conocimientos aplicados hasta hoy. La complejidad y la búsqueda de un nuevo orden como parte de nuestra gestión cotidiana, será el punto de partida para renovar nuestro propósito, establecer vínculos claros, fortalecer hábitos, cambiar control por cercanías, mayor presencia de solidaridad y sobre todo educar nuevamente nuestra mirada.

El líder debe percibir hoy el entorno de una forma distinta, fijarse en las interacciones, indagar y profundizar en los cambios y generar las condiciones para que dichos cambios se produzcan. Un líder que pueda manejarse en la inestabilidad, desenvolverse con fluidez en el borde del caos, utilizar las perturbaciones del sistema y procurar procesos emergentes adaptativos. Hoy se requiere una estrategia en la que la persona es el centro, para poder obtener los resultados con equipos fuertes y líderes de contagio positivo, animadores con pensamiento creativo.

Un líder de cercanías que también sume en su agenda “la felicidad corporativa”, hoy tan necesaria en términos de bienestar y salud mental. Será una forma de organizar todas las condiciones tanto externas de bienestar como el desarrollo de habilidades internas para que las personas actúen dentro de un ecosistema de bienestar y felicidad corporativa.

Son tiempos para posicionarse con habilidad y visión clara, analizando “lo incierto y poco posible” como una oportunidad de crecimiento y lograr de manera colectiva resultados que permitan misiones trascendentes, donde cada líder pueda experimentar, explorar y gestionar con una mirada conciliadora, inclusiva y con un “propósito compartido” que sume en su gestión.

Esta nueva construcción de liderazgo ante “su comunidad”, debe estar basada en una cultura de confianza, de menos controles y más vínculos, de nuevos saberes y aprendizajes de impacto, donde también surja un “liderazgo ético como modelo de transformación”, que requiera de distancia, de momentos contemplativos que le permita sobrevolar la organización para volver a actuar.

La complejidad del contexto requiere también de un liderazgo disruptivo para momentos de grandes rupturas como los actuales, donde conviven revoluciones tecnológicas y revoluciones del conocimiento. Es necesario reconvertirnos para desaprender y aprender, para explorar y experimentar.

La complejidad afecta hoy la convivencia, donde coexisten el orden y el desorden, las armonías y las disonancias, y esos espacios se ven afectados por nuevo intereses y demandas del contexto social, con necesidades de un nuevo modelo de gestión. Este nuevo modelo deberá contemplar la construcción de respuestas inteligentes para atender lo incierto, superar esquemas mentales y practicar cercanías en otro juego con nuevas formas de convivencia.

Hay un nuevo juego que requiere de un líder transformador que pueda caminar “desde la turbulencia a la acción”. Siendo capaz de animar sin inseguridades propias, que pueda entusiasmar para vivenciar y hacer realidad proyectos diferenciadores, que sepa romper rutinas, generando confianza y voluntad desde su propia audacia.

EXPO CUMBRE 2024

FACTOR DE ÉXITO

La Expo Cumbre Factor de Éxito 2024, se llevó a cabo los días 10, 11 y 12 de octubre en el prestigioso Convention Center Sanctuary de Cap Cana, este encuentro reunió a destacados exponentes del mundo empresarial y de negocios. Con la participación de 44 speakers de 8 países, se realizaron 9 conferencias y 8 conversatorios. Este prestigioso evento se destacó por su enfoque multisectorial, abordando áreas clave como el turismo, el sector energético, el inmobiliario y los negocios emergentes, también abrió espacio para un networking de altura.

El primer día de la cumbre, comenzó con las palabras de bienvenida de Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de la revista Factor de Éxito, quien señaló la importancia de República Dominicana como epicentro para el desarrollo empresarial, también manifestó sentirse muy feliz de poder contar con de empresarios de diferentes países. Asimismo, la embajadora de la República Dominicana ante la Organización Mundial del Turismo, la señora Anabel Bueno, acompañó en la jornada y señaló la importancia de que estas iniciativas se llevaran a cabo en el país dominicano, como una oportunidad única para socializar mejores prácticas, compartir experiencias y explorar nuevas oportunidades de negocio.

La primera conferencia: RD como destino de inversión, estuvo al frente Biviana Riveiro, directora ejecutiva de ProDominicana. Mientras que el primer conversatorio: El poder de la confianza, fue moderado por Thony da Silva, CEO de Pizzolante, quien concluyó diciendo "la confianza no se decreta, se construye a partir de la experiencia, y se gana con el tiempo", ese ameno espacio contó con el aporte vía online de Luis Maturen de Datos Group- España.



RD DESTINO DE INVERSIÓN

BIVIANA RIVEIRO
Directora ejecutiva ProDominicana.

BIVIANA RIVEIRO: Una líder en temas de desarrollo económico y comercio internacional.

Biviana Riveiro Disla es la directora ejecutiva de ProDominicana (Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana), una institución clave que promueve las exportaciones y atrae inversiones al país. Bajo su liderazgo, ProDominicana ha trabajado para fortalecer la competitividad del país en los mercados internacionales y mejorar las oportunidades para los exportadores dominicanos.





CRISTIAN MURILLO: destacado ingeniero industrial colombiano y referente en la filosofía Lean, específicamente como creador del concepto Lean Power Management.

Esta filosofía se enfoca en optimizar la eficiencia y rentabilidad de las industrias a través de las personas, promoviendo la eliminación del reproceso y la mejora continua en las organizaciones. Murillo también ha desarrollado modelos como el ciclo productivo 6 LPM y el modelo de excelencia operacional DICAR, orientados a mejorar la gestión y control en el entorno industrial.

Cristian Murillo de Colombia, CEO y fundador de la filosofía Lean Power Management, lideró la conferencias Negocios Emergentes. Seguidamente, el conversatorio: Impacto de la personalidad en el liderazgo, estuvo a moderado por Arlette Almánzar, CEO Fundadora Consultoría y Formación Liderazgo y Experiencia en el Servicio, acompañada por los panelistas internacionales, Marcelo Muñoz, business Mentor, consultor Corporativo, quien obsequió algunos ejemplares de su libro: Hackeando el cambio y Alvaro Cuco, ambos de Chile, junto Emmanuel Puga, mexicano-residente en Canadá.



EMMANUEL PUGA: Empresario mexicano y fundador de Great Plan.

Una empresa dedicada a la transformación de la educación corporativa. Great Plan se especializa en ayudar a las

empresas a enfrentar los desafíos relacionados con la capacitación de empleados, centrando su enfoque en mejorar el desarrollo de liderazgo, la construcción de equipos y la gestión del conocimiento.

Bajo su liderazgo, **Great Plan** se ha consolidado como una empresa destacada en el sector EdTech, ayudando a organizaciones en Canadá, Estados Unidos y México a desarrollar programas de capacitación más efectivos y alineados con las necesidades empresariales.



ALVARO CUCO DE VENEGAS: Estratega especializado en innovación y transformación empresarial.

Tiene un MBA en Marketing y Tecnologías Innovadoras por el Rochester Institute of Technology. Además, es experto en áreas como la transformación digital, el eCommerce, la experiencia del cliente y la optimización de indicadores clave de rendimiento (KPIs). A lo largo de su carrera, ha trabajado en diversos sectores, como tecnología, retail, banca y educación.

Su enfoque se centra en ayudar a las empresas a adaptarse a los desafíos modernos, promoviendo cambios en la cultura organizacional y los procesos empresariales.



El tercer conversatorio: Transición Energética: Desafíos y Oportunidades, fue moderado por Rafael Velazco, fundador y CEO de Raveza, lo acompañaron los panelistas Fitzgerald Cantero, director de Estudios, Proyectos e Información de la Organización Latinoamericana de Energía, OLADE, Guillermo

Estrella, socio de Energía 2000, Nubia Céspedes, coordinadora de Investigación de la Escuela de Ingenieros Militares del Ejército Nacional de Colombia y Marta Alonso Pelegrín, directora de América del Sur en Global Energy Services (GES) Chile.



NUBIA EDITH CÉSPEDES PRIETO: Ingeniera colombiana, tiene un enfoque clave en la economía circular, que se conecta con el sector energético a través de la sostenibilidad y la gestión ambiental.

Promueve el uso eficiente de recursos naturales, incluido el recurso hídrico y las fuentes de energía renovable, en sus esfuerzos para reducir el impacto ambiental de las industrias. Céspedes trabaja en la innovación dentro de la política energética de Colombia, integrando la circularidad en los procesos de producción y el uso de la energía.

El cierre de este primer día, contó con la conferencia: Networking estratégico y LinkedIn, a cargo de Iván Calvo, experto social y Digital Selling certificado por LinkedIn- Chile.



IVÁN CALVO: Reconocido experto en LinkedIn y marketing digital, considerado un "guru" en la materia en Hispanoamérica.

Consultor, formador y conferencista, especializado en ayudar a profesionales y empresas a potenciar su presencia en LinkedIn y optimizar sus estrategias de social selling. Se centra en la creación de marcas personales efectivas y el desarrollo de redes de contacto que permitan generar oportunidades de negocio. Calvo es conocido por sus charlas y talleres, donde comparte estrategias prácticas sobre cómo utilizar LinkedIn como una herramienta clave para el crecimiento profesional y empresarial. Además, Iván Calvo ha contribuido al desarrollo de comunidades en línea y es un referente para aquellos que buscan mejorar su visibilidad y conectar con otros profesionales en el ámbito digital.





El segundo día del encuentro los asistentes disfrutaron del conversatorio: Inversión en Infraestructura Turística: Sinergia y evolución del sector, moderado por el vicepresidente de área Turismo del Banco Popular Dominicano, Juan Manuel Martín de Oliva, quien estuvo acompañado por Cesarina

Beauchamp, VP Ejecutiva Sky High Dominicana, Jesús Durán, consejero Delegado Grupo Piñero en República Dominicana y Director General de Playa Nueva Romana Residencial y Golf, Andrés Piñero, arquitecto de El Dorado Park y Ana García Sotoca, directora ejecutiva de la asociación de Hoteles La Romana Bayahibe.





La siguiente conferencia Inversiones Inmobiliarias, Larimar City & Resort, la joya del Caribe fue liderada por Juan Andrés Romero, CEO CLERHP Estructuras S.A.

JUAN ANDRÉS ROMERO HERNÁNDEZ: CEO de CLERHP Estructura, una empresa de desarrollo inmobiliario que lidera el ambicioso proyecto Larimar City & Resort en la República Dominicana.

El mismo que se ubicará en el área de Punta Cana que se extiende sobre 350 hectáreas y tiene como objetivo crear un núcleo urbano autosuficiente que incluirá residencias, hoteles, colegios, un centro de salud y áreas comerciales. Romero ha estado involucrado en el sector de la construcción durante años, y Larimar City & Resort es uno de sus proyectos más innovadores. Se espera que el desarrollo genere más de 20,000 empleos durante la fase de construcción y pueda albergar entre 35,000 y 55,000 residentes una vez completado. Proyecto no solo enfocado en el mercado local, sino que también busca atraer a inversores de mercados internacionales, especialmente de España, América Latina y Norteamérica.



LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS DEL SECTOR HOTELERO EN LA ECONOMÍA DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

ROBERTO DESPRADEL

Gerente General de Despradel & Asociados, DASA.



ROBERTO DESPRADEL: Destacado investigador y consultor en el ámbito del turismo en la República Dominicana.

Ha realizado estudios significativos, en la firma DASA (Desarrollo de Análisis y Soluciones Aplicadas), sobre el impacto económico del turismo en el país.

En su investigación, Despradel ha resaltado que el sector hotelero no solo genera una gran cantidad de empleos, sino que también tiene un impacto positivo en diversas industrias, como la agropecuaria, la construcción y el comercio.



MARTA ALONSO PELEGRIN: *Gerente General para América del Sur de GES (Global Energy Services), una empresa internacional especializada en la ingeniería y construcción de proyectos de energía renovable, incluyendo energía eólica y solar.*

Bajo su liderazgo, GES ha estado activa en el desarrollo de proyectos en varios países y se ha comprometido con la sostenibilidad y la transformación energética a nivel global. En sus declaraciones, Alonso ha abordado temas como la necesidad de un enfoque más sostenible en la economía y ha destacado el papel de la energía renovable en la lucha contra el cambio climático. También ha hablado sobre la importancia de promover la igualdad de género en el campo de la ciencia y la tecnología, resaltando la participación de las mujeres en sectores clave para el desarrollo sostenible.



El panel: Enfoque en energías renovables y eficiencia energética, fue presentado por Marvín Fernández, CEO de Green Box. Como parte de los invitados a este espacio estuvo, el ministro de Energía y Minas, Joel Santos; el director de Estudios, Proyectos e Información de la Organización Latinoamericana de

Energía, OLADE, Fitzgerald Cantero; la directora de América del Sur en Global Energy Services (GES) Chile, Marta Alonso Pelegrin y el oficial de Inversiones del BID Invest dentro de la División de Infraestructura y Energía en Centroamérica y Caribe, Omar Zacarías.



FITZGERALD CANTERO: *Director de Estudios, Proyectos e Información de la Organización Latinoamericana de Energía (OLADE).*

Lidera iniciativas claves relacionadas con la transición energética en América Latina y el Caribe. Ha participado en diversos eventos y congresos, donde ha discutido la importancia de la sostenibilidad energética y ha presentado estudios sobre el uso de energías renovables en la región. Se ha destacado en encuentros como el Congreso Nacional de Energía en El Salvador, donde abordó los retos y perspectivas para lograr la neutralidad de carbono en el sector eléctrico regional. Su trabajo se centra en fortalecer las capacidades técnicas de los países a través de herramientas de análisis y estadísticas, contribuyendo así al avance hacia un futuro más sostenible en el ámbito energético.



Por otro lado, la conferencia: Encadenamientos productivos del Sector Hotelero en la Economía de la República Dominicana, fue presentada por Roberto Despradel, gerente general de Despradel & Asociados, DASA. Mientras que, el conversatorio de inversiones: Tendencias actuales y futuras en el mercado inmobiliario, incluyendo el impacto de la tecnología

y la sostenibilidad; fue moderado por José Manuel Cedeno, consultor de inversión extranjera, quien estuvo acompañado por Jorge Subero, presidente ejecutivo de CAP CANA; Yermys Peña, arquitecta y empresaria dominicana, residente en USA; Marcus Boereau, CEO y Presidente de Grupo Perassan y Antonio Camilo, Asesor Ejecutivo del BCIE.



YERMYS PEÑA: CONOCIDA COMO STARCHITECT POR SU ESTILO AUDAZ Y SU COMPROMISO CON LA ARQUITECTURA BIOCLIMÁTICA.

Además, trabaja en varios proyectos, incluyendo Eco 23 Residences y Urban Houses, con el objetivo de crear espacios que mejoren la calidad de vida y sean funcionales y sostenibles. Su enfoque también se extiende a la promoción del liderazgo femenino en un sector mayoritariamente masculino, y aboga por la creación de más edificios sostenibles en la República Dominicana, destacando la importancia de la integración de la arquitectura con la comunidad y el medio ambiente.

Bajo un ambiente de armonía de mucha sinergia entre los invitados internacionales y los representantes locales, el primer bloque de la mañana presidió el conversatorio, Turismo Innovador: Experiencias que Transforman, moderado por Miguel Calzada, presidente de Canal Turístico Nacional (CTN) y Puro Turismo, junto a el estuvieron Milka Hernández, gerente general de Grupo Sarma; Tamara Vásquez, directora de la carrera de Turismo de Unibe y Jessica Aja, directora de Mercadeo de HODELPA.

La conferencia presentada por Thony Da Silva, CEO & Partner at PIZZOLANTE, fue Reputación: gestionando intangibles para crear valor tangible.



THONY DA SILVA: consultor empresarial, experto en comunicación y desarrollo empresarial.

Socio-director de Pizzolante, firma de consultoría en comunicación y estrategia, donde ha desarrollado un enfoque en liderazgo, sostenibilidad y comunicación política. Thony ha sido profesor en varias universidades en Venezuela y Colombia. Ha recibido múltiples premios, incluyendo el Gold Quill Award y varios Gold Stevie Awards.



Mientras que la conferencia Disrupción Tecnológica para el Liderazgo Empresarial 2030, estuvo a cargo Andrés Silva Arancibia.

Como parte de la agenda, Mite Nishio, gerente de División de Innovación de GCS y 2do VP de la Asociación Dominicana de Empresas Fintech (ADOFINTECH), fue el moderador del conversatorio: Convergencia Digital: Construyendo el Éxito Empresarial a través de la Colaboración Estratégica, quien contó con el invaluable apoyo de Estefany Gutiérrez, La Marketera, dominicana residente en Colombia; de Chile Iván Calvo, y Emmanuel Puga de Canadá. Junto a estos expertos, estuvo el viceministro de Desarrollo Industrial del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes, MICM, Fantino Polanco.



ANDRÉS SILVA ARANCIBIA: MBA. Divulgador tecnológico y estrategia digital

Con más de 300 conferencias en 21 países. Fundador de Flumarketing.com. Socio enArtificyan, startup en inteligencia artificial híbrida. Autor de los libros CONEXTRATEGIA y CONEXUMIDOR. Autor del Modelo El Calentamiento Global Digital. Columnista en Factor de Éxito EE.UU. y Latinoamérica, América Economía Ecuador y Merca2.0 México. TEDx Speaker con más de 1 millón de vistas. Profesor visitante en la Universidad Complutense de Madrid, España y Universidad Católica del Uruguay.



Este nutrido encuentro también presentó la conferencia: Convivencia Generacional: Uniendo Experiencias para Impulsar el Futuro, a cargo del chileno experto Marcelo Muñoz. El siguiente espacio, fue bajo el tema de negocios emergentes: Reputación Digital para Líderes Influyentes, presentado por Ariel Benedetti, LinkedIn Top VoiceCreator #1 del mundo en Marketing Digital en habla hispana, quien viajó desde Argentina especialmente para este evento.



MARCELO MUÑOZ: Destacado experto en liderazgo, transformación digital e innovación en Hispanoamérica.

Con más de 20 años de experiencia. Ha trabajado con diversas empresas para desarrollar estrategias efectivas y adaptarse a los cambios en el entorno empresarial. Su enfoque incluye la capacitación de líderes a través de entrenamientos de alto impacto, donde aborda temas como la gestión del cambio y la creatividad. Conferencista internacional y autor de varios libros, incluyendo "Hackeando el Cambio" y "Líderes que Forman Líderes". Miembro del John Maxwell Team y director en el Centro Internacional de Liderazgo, donde ha creado metodologías que ayudan a organizaciones a prosperar en entornos dinámicos. Ha sido reconocido a nivel internacional, y nominado como Embajador para el DevOps Institute, además de recibir un Doctorado Honoris Causa.



ARIEL BENEDETTI: LinkedIn Top Voice en marketing digital en español.

destacado especialista en marketing digital y social selling, ampliamente reconocido en Hispanoamérica. Es un conferencista internacional y autor bestseller, con una sólida trayectoria ayudando a empresas y profesionales a mejorar su presencia en redes sociales, especialmente en LinkedIn. Ha trabajado con más de 200 compañías y ha entrenado a miles de ejecutivos en países de Latinoamérica. Se le considera un referente en temas como marca personal, transformación digital y estrategias comerciales en redes sociales. Destaca por su capacidad para ayudar a las personas a potenciar sus marcas personales y aumentar sus ventas a través de las redes. Ha publicado varios libros sobre estos temas y dirige su propia agencia de marketing digital. También es profesor de marketing en la Universidad de San Andrés en Argentina.





Al cierre del evento, Isabel Figueroa de Rolo, CEO y directora editorial de Factor de Éxito, dirigió unas palabras de agradecimiento a los asistentes. Destacó el éxito de la Expo Cumbre Factor de Éxito Liderazgo Empresarial y de Negocios 2024, que reunió a una audiencia diversa de empresarios, profesionales e inversionistas de varios países de América Latina, Canadá y algunas ciudades de Estados Unidos.

También reconoció el apoyo que brindaron a los empresarios y profesionales de la República Dominicana, cuya contribución fue fundamental para el éxito del evento, aportando el contexto local y facilitando conexiones significativas entre los asistentes internacionales y el ecosistema empresarial dominicano.

Con entusiasmo, enfatizó la importancia de la colaboración continua para moldear el futuro del liderazgo empresarial en la región. La CEO cerró el evento con un mensaje lleno de optimismo y expectativa, dejando en el aire una promesa de futuros encuentros al pronunciar con convicción: "Nos vemos pronto".





Vive Cap Cana TU CIUDAD DESTINO

Disfrute de espectaculares playas, del campo de golf Punta Espada, reconocido como el No.1 del Caribe y México. Navegue desde la marina a una experiencia de pesca inolvidable o únase a la aventura de los parques temáticos Scape Park y El Dorado Water Park. Deléitese con la exquisita gastronomía de +50 restaurantes y con la hospitalidad que se ofrece en Eden Roc Cap Cana, Secrets Cap Cana, Sanctuary Cap Cana, TRS Cap Cana Hotel, Margaritaville Island Reserve Cap Cana, Hyatt Ziva y Hyatt Zilara, Sports Illustrated Resort y pronto en el St. Regis Cap Cana Resort & Residences.

|+809-CAP CANA | WWW.CAPCANA.COM |    



CAP CANA

Ciudad Destino