

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

colombia

Desarrollo del liderazgo en **Latinoamérica**

**El líder empresarial
debe comenzar por conocerse a sí mismo**
Ismael Cala

**Ser líder es asumir
la responsabilidad total por nuestro éxito**
Dr. Camilo Cruz

**La comunicación como base
del liderazgo efectivo**
Enrique Aguirre
Managing Director for 3M Central America and Caribbean Region

**A través del liderazgo nos encargamos
de nivelar emociones, dando apoyo y tranquilidad al entorno**
Ricardo Camargo

**Nos enorgullece tener uno de los portafolios
más grandes de la industria**
Marcela Torres

**Sin un equipo fuerte de personas a tu alrededor,
las posibilidades de fallar son muy altas**
Paolo Pescali

¿Qué es Solve for Tomorrow?

Es una oportunidad única que nutre el pensamiento creativo e impulsa a los jóvenes a generar soluciones transversales para problemáticas sociales a través de un enfoque STEM.

STEM
(Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemática)



www.solvefortomorrow.com

BARCELÓ

RON DOMINICANO



PRIMER RON ORGÁNICO DE REPÚBLICA DOMINICANA

Barceló Organic es envejecido en selectos cortes de madera de roble sin uso previo. Su blend de distintos envejecidos nos regala un color ambarino intenso, seguido de sutiles recuerdos de cacao, hojas de tabaco, frutas carnosas y pimienta rosada.



| Exclusivo
Cañaveral Orgánico
de 1.5 Kms²

| Estuche elaborado
de bagazo de caña
de azúcar

| Etiqueta de
papel reciclado

| Todo impreso con
tinta orgánica

[editorial]

DESARROLLO DEL LIDERAZGO EN LATINOAMÉRICA

Estimados lectores

Nuestra revista Factor de Éxito, enfocada en el liderazgo empresarial y de negocios, es una publicación que diversifica las opciones editoriales digitales que comparte con su audiencia contenidos de valor permitiendo al lector de forma impactante y efectiva conectarse con contenidos actualizados.

Es así como elegimos como tema central de esta primera edición un enfoque del liderazgo empresarial, una habilidad que todas las personas pueden desarrollar y, por la cual, el líder es capaz de influir en el equipo para lograr sus objetivos.

En nuestras entrevistas les traemos experiencias de líderes que inspiran a su equipo de trabajo, los retan a lograr objetivos y siempre avanzar, que reconocen sus habilidades y los impulsan, donde su principal misión es que los demás busquen alcanzarlo y si es posible superarlo; líderes que no tienen miedo a su competencia, al contrario, tratan de mejorar constantemente.

Podemos encontrar que en el pasado quedaron los líderes autoritarios, porque las tendencias se inclinan hacia directivos carismáticos, positivos y cooperativos, para los que lo primordial es su equipo de trabajo que debido a sus buenos resultados, preparación, aprendizaje y estudio en las mejores escuelas del mundo son bien percibidos por los miembros de sus directivas y equipos de trabajo.

Por otro lado esta oportunidad de estar en simultáneo para Chile, Ecuador, Colombia, México, Panamá y en USA para Miami y Atlanta además de la República Dominicana, significa una presencia en bloque que permitirá mostrar un liderazgo más allá de las regiones nativas

de estas empresas o negocios. No obstante, en momentos de la pandemia y los impactos de ésta en la actividad de muchas empresas y negocios, se ha impulsado la innovación y reinención del liderazgo, retándolos a implementar nuevas estrategias para ampliar su presencia en el mercado al cual se dirigen y poder lanzarse con mayor fuerza a otros que tal vez no estaban en el radar antes de la pandemia. El Liderazgo de las compañías de la región ha enfrentado los desafíos de la economía actual de manera positiva y creativa.

En nuestro caso como medio de comunicación, nos hizo cambiar, mejorar, reinventarnos y ser innovadores, no solo para atravesar crisis sino para aprender y salir aún más fortalecidos, como empresa, como medio de comunicación y como familia!

Vivimos en una actualidad donde somos ciudadanos del mundo y con una llamada, llegamos a cualquier lugar que decidamos y esta realidad nos hizo reflexionar y consolidar la motivación de expandir las fronteras de Factor de Éxito, muy agradecidos desde República Dominicana, donde hemos logrado ganar un espacio sólido en el ámbito empresarial y de relevancia en esta sociedad, así que la proyección de duplicar este modelo en otras localidades era una idea muy recurrente con el propósito de compartir ideas y valores agregados que generan valor a nuestras audiencias por medio

de nuestra revista y plataformas de comunicación, circunstancias que nos permite ver oportunidades en nuevos mercados, reinventándonos, remontando las condiciones y lograr los objetivos.

En este contexto somos una alternativa de publicidad multipaís, ofrecemos a nuestros anunciantes una propuesta de visibilidad adaptada a su mercado a través de la exposición de marca a su medida, en distintas localidades, en momentos donde la visibilidad en medios digitales es una tendencia en ascenso.

Finalmente en momentos donde la emoción nos embarga al materializar los esfuerzos del trabajo en equipo, la dedicación y el compromiso de todos, queremos expresar que la materialización de la Expansión internacional de nuestra Revista Factor de Éxito representa una plataforma de innovación tecnológica y de comunicación disruptiva al servicio de toda esta gran audiencia.

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial Factor de Éxito



FACTOR DE ÉXITO

Revista para el Liderazgo Empresarial y de Negocios

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

ENCUENTRA
todas nuestras
ediciones en
un solo lugar

DISFRUTA
de contenido
impactante,
efectivo
exclusivo
sin costo
y sin barreras

¡PARA QUIENES
HAN ENTENDIDO
LA IMPORTANCIA
DE MIGRAR
A LO DIGITAL!

WWW.REVISTAFACORDEEXITO.COM

**ACCEDA A WEBSITES,
PODCAST, RRS,
WHATSAPP MEDIANTE LOS
“CALL TO ACTION”
EN NUESTRAS PÁGINAS**

**PUBLICACIONES DIGITALES
ALOJADAS EN LA RED SOCIAL
EMPRESARIAL FEGO.DIGITAL**

FEGO

contenido



EL LIDER EMPRESARIAL DEBE COMENZAR POR CONOCERSE A SÍ MISMO

pág. **12** | **Ismael Cala**
Periodista, escritor, motivador y conferencista inspiracional y empresarial



La comunicación como base del liderazgo efectivo

pág. **16** | **Enrique Aguirre**
Managing Director for 3M Central America and Caribbean Region



A TRAVÉS DEL LIDERAZGO NOS ENCARGAMOS DE NIVELAR EMOCIONES, DANDO APOYO Y TRANQUILIDAD AL ENTORNO

pág. **20** | **Ricardo Camargo**
VP de Proyectos (PMO) en Axis Systems, Panamá.



NOS ENORGULLECE TENER UNO DE LOS PORTAFOLIOS MÁS GRANDES DE LA INDUSTRIA

pág. **28** | **Marcela Torres**
Gerente General de Uber en Colombia



SIN UN EQUIPO FUERTE DE PERSONAS A TU ALREDEDOR, LAS POSIBILIDADES DE FALLAR SON MUY ALTAS

pág. **38** | **Paolo Pescali**
Director Regional para Latinoamérica en la División de Productos de Electrificación de ABB



Ser líder es asumir la responsabilidad total por nuestro éxito

pág. **46** | **Dr. Camilo Cruz**

directorio



Carlos Molina
Director Ejecutivo Colombia

Revista Factor de Éxito Colombia
Número 1, Año 1

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

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Director Ejecutivo Colombia:
Carlos Molina

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo y Ventas:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones Internacionales:
Jacqueline León

Dirección de Tráfico:
Mailan Sequera

Redacción:
Gabriela Matute
Dora Rojas
Arelis Rodríguez
Siddhartha Mata

Contenidos web:
Roberto Rolo Luis

Diseño y Diagramación:
Luis Gota
Bernardo Seijas

Webmaster:
Juan Rebolledo

Portada:
Ismael Cala

Articulistas:
Arianna Martínez
Vladimir Estrada
Rosangela Rodríguez
Andrés Silva Arancibia
Gabriela Ibañez

Revista Factor de Éxito Colombia:
info@colombia.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

Contacto Venezuela
+58-243-551.4801 / 424-385.1207

Revista Factor de Éxito República Dominicana
info@revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Atlanta
info@atlanta.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Chile
info@chile.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Ecuador
info@ecuador.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito México
info@mexico.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Miami
info@miami.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Éxito Panamá
info@panama.revistafactordeexito.com



**Global Experience
Local Expertise**



Soluciones Tecnológicas en la Nube

para Tesorería y Mercado de Capitales



Adopción de una solución internacional sin hardware que comprar, software que instalar, ni aplicaciones que mantener.



Con la flexibilidad necesaria para adaptarse tanto a los requerimientos normativos de la República Dominicana como internacionales.



Acceso a un robusto ecosistema electrónico Dominicano e Internacional, desde la negociación en la BVRD (SIOPEL), liquidación (CEVALDOM), y valoración de carteras (RDVAL), hasta los Brokers y medios de pago internacionales.



informacion@tcmpartners.com



[@TCMpartners](#)



[@TCMpartners](#)

www.tcmpartners.com

TURISMO

■ **Arena del Río, será construido en Barranquilla.**

Entre los espacios de la edificación se encontrará un estadio, un hotel 5 estrellas, auditorios. Se espera que sea un punto de encuentro para el turismo nacional e internacional.

El proyecto tiene un costo de 407 millones de dólares y generará 9.040 empleos directos. Tendrá capacidad para 53.000 espectadores y contará con la única estructura techada en América Latina, con un césped móvil retráctil para convertir el espacio en un escenario para espectáculos. Un puerto deportivo y cuatro puertos para cruceros y deportes náuticos. Estará ubicada al borde del río Magdalena y tendrá acceso desde la vía 40 y la Avenida del Río.



BANCA

■ **Banco de Bogotá el “Mejor Banco de Colombia en 2021”**

Al hacer la selección de los mejores bancos de Latinoamérica del 2021, Global Finance reconoció como el mejor en Colombia al Banco de Bogotá y en

Costa Rica, Honduras y Panamá a su filial, BAC Credomatic.

Los criterios de selección incluyeron: innovación, desarrollo de nuevos negocios, rentabilidad, alcance geográfico, relaciones estratégicas y crecimiento. Para esto se tuvo en cuenta las opiniones de analistas de calificación crediticia, y otros expertos en la industria.

“Este premio refleja el trabajo de nuestros colaboradores que hicieron posible que, en una crisis tan compleja como la que enfrentamos, nos reconozcan por el acompañamiento que hemos hecho a nuestros clientes”, señaló Alejandro Figueroa Jaramillo, Presidente de la entidad.



REACTIVACIÓN

Colombia busca 13 mil nuevos negocios

Macro rueda de Negocios impulsada por Pro Colombia busca atraer a 1.000 compañías de 62 países.

Hacer de Colombia el destino ideal para inversiones y reactivar la economía nacional, son algunas de las tareas que tendrá la Macro rueda de Negocios de Pro Colombia.

Para esto 1.000 compañías de 62 países de cuatro continentes tendrán alrededor de 13.000 citas virtuales de negocios con 2.000 empresas locales de 26 departamentos.

Flavia Santoro, presidente de Pro Colombia, explicó que la idea es que este encuentro sea el repunte de las

exportaciones no mineras del país. “Queremos llegar a los 27.000 millones de dólares en ventas internacionales de aquí al próximo año. Los sectores llamados a ser protagonistas son: agro, servicios, moda, metalmecánica y químicos”.

PETRÓLEO

Ecopetrol planea inversiones de hasta US\$ 4,000 millones en 2021

La petrolera colombiana Ecopetrol planea invertir entre 3,500 millones y 4,000 millones de dólares en 2021. Con sede en Bogotá, esta empresa de petróleo y gas está integrada verticalmente y tiene presencia principalmente en Colombia y actividades en Estados Unidos, Brasil y México. Estas inversiones se distribuirán de la siguiente manera: 83.5% para el segmento de

exploración y producción, 8.1% para refino y petroquímicos y 8.4% para el segmento de transporte y logística. La compañía es de economía mixta, de carácter comercial, bajo la forma de sociedad anónima, del orden nacional y vinculada al Ministerio de Minas y está ubicada entre las empresas públicas más grandes del mundo del país»





CAMPAÑA

■ “Incomódate” para enfrentar la pandemia en Colombia.

La campaña “Incomódate” avanza en su implementación en todo el territorio nacional; y cuenta con el respaldo de Alpina, Bancolombia, Bavaria, Chevrolet, el sistema Coca-Cola (Coca-Cola Company y Coca-Cola FEMSA), Davivienda, Falabella, Grupo Éxito, Grupo Familia, Sura, Homecenter, Juan Valdez, Nutresa, Postobón, Sanofi, Alianza Team, Tecnoquímicas y Terpel.

Creemos firmemente en la pedagogía y en este caso ponemos nuestros recursos al servicio del país para promover el uso del tapabocas. Todos podemos salvar vidas.”

“Incomódate” reta la percepción de incomodidad que existe alrededor del uso del tapabocas y durante un mes de implementación, ejemplificará escenas de la vida cotidiana en las que, con sencillez y responsabilidad, se reafirma la importancia de priorizar el uso del tapabocas.



IMPULSO

■ Considerada la mejor empresa para trabajar en Colombia

CompuTrabajo, dio a conocer a las mejores empresas para trabajar en Colombia.

En 2021, se reconoció a ManpowerGroup como una de las mejores. Un premio al esfuerzo que

realizan las empresas, no solo para aumentar la calidad y la felicidad de los trabajadores colombianos, sino también para garantizar su bienestar emocional en esta transición hacia una nueva y desafiante realidad.

El portal es la mejor fuente de información sobre cómo se trabaja en

las empresas de Colombia, ofreciendo datos sobre el ambiente laboral, las oportunidades de carrera, salarios, beneficios y liderazgo de la empresa, antes de aplicar a una oferta laboral y, de esta forma ayudarlos en la elección de la empresa donde quieren trabajar.



VEHÍCULOS

■ Volkswagen y sus marcas.

“Este año el mercado de vehículos en Colombia tendrá una recuperación importante, y sería mayor si no hubiera desabastecimiento en algunos de los competidores en el mundo”, Así lo afirma el gerente general del Grupo Porsche en Colombia

(que representa las marcas del Grupo Volkswagen en el país: Seat, Audi y la misma Volkswagen),

El directivo consideró que este año en el país se venderían unas 260.000 unidades, lo cual se convertirá en un crecimiento de un 40%, con respecto al año anterior cuando se colocaron 188.665 unidades.

Bedoya explicó que si algunas de las marcas que compiten en el mercado no tuvieran limitaciones por logística internacional, seguramente Colombia tendría un mercado de mayor tamaño este 2021.

EPSON

■ Sociedades sostenibles, la nueva apuesta de Epson

Epson, se ha enfocado en los negocios de impresiones, proyectores y robots de precisión, pero luego del coronavirus, su foco serán las sociedades sostenibles y el ambiente.

Como parte de su visión la empresa ha diversificado su cartera de productos y ha conquistado nuevos mercados como la impresión textil.

Yasunori Ogawa, Presidente global de Epson, explicó el futuro que esperan alcanzar.

“No pienso que debemos cambiar los planes por la pandemia, sin duda que hemos vendido menos productos



y creemos que ese efecto se mantendrá. Pero también hemos visto oportunidades, y ahora nos reunimos más con los clientes, y tenemos más contacto con ellos”

“Tenemos un negocio fuerte en robots que pueden ser útiles para la manufactura y las líneas de ensamble.”



Ismael Cala

Periodista, escritor, motivador
y conferencista inspiracional y empresarial

EL LIDER EMPRESARIAL DEBE COMENZAR POR CONOCERSE A SÍ MISMO

► “El viento sopla fuerte, pero si contamos con raíces profundas y somos capaces de ser flexibles y adaptarnos, nos mantendremos en pie”

En líneas generales, el ejercicio del liderazgo empresarial en Latinoamérica se ha limitado últimamente a lograr riqueza, poder e influencia, lo cual está un tanto alejado del objetivo real de un líder, que entre otros, consiste en enfrentar problemas, canalizar innovaciones, gestar cambios y transformar procesos, a fin de generar resultados positivos y duraderos.

Algunos líderes recomiendan que el empresario debe establecer sus metas más influyentes a largo plazo, no tener como prioridad la recuperación rápida de la inversión, sino el establecimiento de bases sólidas tanto en la estructura financiera como en el equipo que acompaña la gestión, más aun en tiempos en que factores imponderables como la pandemia, influyen de forma decisiva en los resultados de cualquier gestión, ya sea un nuevo emprendimiento o un reacomodo en una empresa ya consolidada.

En este orden de ideas, **FDEINTL** conversó con el reconocido periodista, escritor, motivador y conferencista inspiracional y empresarial Ismael Cala sobre liderazgo y crecimiento personal, y su influencia sobre los jóvenes y nuevos emprendedores en Latinoamérica.

FDEINTL ¿Cómo descubrió esta pasión que lo llevó a interesarse en los temas de liderazgo y crecimiento personal, emprender y realizar numerosos proyectos a nivel mundial?

“La verdad es que siempre practiqué el liderazgo, aunque no sabía que lo estaba haciendo. Cuando creamos equipos de trabajo y diseñamos proyectos, estamos ejerciendo liderazgo. Pero cuando me fui a vivir a Canadá, -agrega-, comencé a interesarme de moco consciente por los temas de crecimiento personal. Allí tuve por primera vez en mis manos los videos de Tony Robbins, que hoy es uno de mis mentores. “

Comenta que luego se mudó a Miami y trabajando en la cadena CNN en Español le tocó viajar a Ecuador y Perú para asistir a unas conferencias con jóvenes. “Ese viaje me abrió los ojos sobre las posibilidades de dar conferencias y ayudar a los demás en su proceso de cambio”... El resto ya es conocido, sus empresas, la academia online www.cala.academy, los eventos de transformación.

Indagando acerca de la creación de la Fundación Ismael Cala, su influencia en los jóvenes emprendedores de la región, así como la finalidad del Programa El Vuelo de la Cometa, Ismael Cala explica que “antes hacía acciones individuales, pero varios amigos me preguntaron por qué no organizaba una fundación para encausarlo mejor. Y así empezó todo. El Vuelo de la Cometa es un programa que equipa a adolescentes escolarizados de entre 12 y 17 años de edad, con herramientas de inteligencia y liderazgo emocional, es decir, los entrenamos en el reconocimiento y gestión de sus emociones.”

Señala Cala que el proceso de formación cuenta con tres módulos: autoconocimiento, un segundo módulo de cambio de paradigmas y el tercer módulo de liderazgo emocional, puntualizando que los tres abarcan doce temas, trabajando con neurociencia, psicología positiva, el valor del aquí y el ahora, la conciencia plena, detenerse, estar quieto, mirar hacia adentro y respirar. Agrega que “para su implementación utilizamos el modelo de entrenamiento a entrenadores o formación de formadores”.

FDEINTL ¿Cuáles competencias considera más importantes para los líderes empresariales, en esta nueva normalidad?

“Recientemente escribí sobre la importancia de las "habilidades blandas" la verdad es que no me gusta del todo este término, pero ese es el que se utiliza internacionalmente; quizás sea mejor llamarlas "suaves". Y sobre ellas, LinkedIn llegaba a la conclusión de que las más demandadas por las empresas son la creatividad, la persuasión, la colaboración, la adaptabilidad, y la inteligencia emocional.”

Aclara que esto fue en 2020, antes de desarrollarse la pandemia de Covid-19, añadiendo que “está demostrado que el mundo ya iba en ese camino, que obviamente se ha reforzado con la crisis; sin dejar a un lado a las llamadas "habilidades duras" el blockchain, la computación en la nube, el razonamiento analítico y la inteligencia artificial, entre otras”.

FDEINTL ¿Cuáles estilos de liderazgo considera que son más acordes con el campo empresarial actual?

“En mi opinión, el mejor estilo es el "liderazgo bambú", un liderazgo de conciencia, mindfulness y exponencialidad, para integrar un nuevo estilo, acorde con los tiempos que vivimos. Este es un nuevo enfoque que permite a las personas ser más conscientes y responsables consigo mismas y con su entorno. Un nuevo líder que aprende a ver los obstáculos como oportunidades y a construir desde la inspiración, más que desde la desesperación”.

FDEINTL Los emprendedores deben liderar sus negocios sin muchos recursos, entre esto el tiempo para mejorar sus habilidades directivas. ¿Por dónde debe comenzar ese joven ejecutivo para sortear el manejo del conflicto, motivar a su gente y superar el estrés personal?

“Debe comenzar por conocerse a sí mismo. Es fundamental entrar cuanto antes en ese proceso de autoconocimiento, para saber exactamente quiénes somos. Y luego incorporar a su estilo de liderazgo los principios del liderazgo bambú, entre ellos integridad, versatilidad, flexibilidad, colaboración, resiliencia y gratitud”, puntualizando que es evidente que también necesita preparación y adoptar herramientas probadas. “No es fácil manejar equipos y gestionar conflictos; hay que alejarse del camino del "orden y mando" y estimular la participación de los colaboradores”.

FDEINTL ¿Qué consejos daría a los ejecutivos que tienen esa cualidad de liderazgo natural? ¿Y a las personas que no tienen esa cualidad tan desarrollada y requieren mejorarla?

Ismael Cala indica que el líder se hace, no nace, pero que ciertamente determinadas personas cuentan con particularidades en su entorno que ayudan, agregando que el liderazgo natural es bueno, siempre y cuando “no nos creamos el centro del mundo”. Señala que “en mi camino profesional me he encontrado con diversos tipos,



pero siempre admiro más a quienes demuestran apetito por seguir aprendiendo. Es muy complicado seguir a la gente que te restriega en la cara que ya lo sabe todo, y supuestamente no necesita más en su vida. Mi recomendación es no dejar de aprender nunca, para eso fundamos **www.cala.academy**”

FDEINTL quiso conocer de qué manera Ismael Cala influencia a esta nueva generación de jóvenes profesionales y emprendedores, que lo ven como un ícono del éxito latinoamericano, a lo que contestó que espera que sea positivamente, enfatizando en que intenta dar el ejemplo, desde la honestidad, la transparencia y la pasión. “A mí nadie me ha regalado nada. Vengo de una familia que se tuvo que esforzar mucho para salir adelante. Por eso siempre digo que podemos avanzar, incluso en las circunstancias familiares –o de país– más difíciles. El entorno influye, pero no determina”, recalcó Cala.

FDEINTL ¿Cómo ve a los líderes de negocios en Latinoamérica? ¿Cree que Latinoamérica cuenta con líderes de negocios capaces de superar los desafíos en la post-pandemia?

“Somos una región resiliente, que se impone a las dificultades. Tenemos grandes líderes empresariales y sociales, pero en un entorno de gran desigualdad. A cada joven que enrolamos en esto, lo apartamos de la violencia; necesitamos más instituciones y empresarios involucrados en estas acciones”.

FDEINTL Consultó acerca del mensaje de Ismael Cala a los líderes latinoamericanos (Colombia, Chile, Ecuador, México y Panamá), que se arriesgan a perseguir sus sueños, a pesar de las circunstancias económicas y sociales por las que atraviesan esos países, a lo que respondió que

“Vivimos tiempos difíciles, pero hemos demostrado resiliencia, como el bambú. El viento sopla fuerte, pero si contamos con raíces profundas y somos capaces de ser flexibles y adaptarnos, nos mantendremos en pie. Mi mensaje es: seamos como el bambú”.



Enrique Aguirre

Managing Director for 3M Central America and Caribbean Region



La comunicación como base del **liderazgo** efectivo

Para el Director General de 3M Región Centroamérica y el Caribe, Enrique Aguirre, la clave del éxito de un líder está en la búsqueda de consensos a través del diálogo diverso.

Con una trayectoria profesional de 30 años ocupando puestos de gran responsabilidad en las áreas de servicio, logística, militar, administración, tecnología de la información, comercialización, distribución eléctrica, servicios al cliente, ventas, marketing y gerencia general, Enrique Aguirre, Director General de 3M Región Centroamérica y el Caribe, apuesta por la comunicación como la clave para un liderazgo efectivo.

El también actual **Presidente de la Junta Directiva de AMCHAM Panamá y miembro activo de Executive Forum capítulo Panamá**, asegura que a través de una buena comunicación se consigue tomar las mejores decisiones, ya que al ser eficiente, bidireccional y transparente permite conocer otros puntos de vista y, por lo tanto, alcanzar el consenso.

En 3M, empresa en la que se desempeña desde hace 11 años, busca con su liderazgo crear e incentivar oportunidades de crecimiento profesional de los colaboradores a través de una cultura que alienta la diversidad y la inclusión, entendiendo que esta es un elemento que potencia la productividad y la innovación.

Para esta primera edición de Factor de Éxito Internacional, Enrique Aguirre conversó con nosotros sobre su experiencia profesional y el desafío que representó el Covid-19 para la continuidad del negocio.

¿Cuál ha sido su mayor reto en 3M?

Sin duda alguna, el mayor reto ha sido hacer frente a la pandemia. En ese sentido, la seguridad y la motivación de nuestros colaboradores es un tema importante que hemos sabido enfrentar de forma exitosa.

En el tema de seguridad, la compañía se ha centrado en proteger y respaldar a nuestros más de 90.000 empleados globales, ofreciendo trabajo remoto cuando es posible y ejecutando protocolos de seguridad sólidos en nuestras plantas, centros de distribución y otros sitios.

Por otro lado, desde el inicio de la pandemia se ha tenido claro la necesidad de encontrar un equilibrio entre la seguridad y la continuidad del negocio, y esto se ha logrado gracias a la comunicación. En ese sentido se han abierto canales, como sesiones de Q&A, boletines informativos, cursos de entrenamiento sobre el virus, entre otros, con el objetivo de mantener al día a los empleados sobre las decisiones y avances de la compañía frente a la crisis.

Hemos implementado un programa que llamamos Flexibility 2.0 donde permitimos que los colaboradores puedan administrar mejor su tiempo a sabiendas de todos los compromisos que también surgen cuando estás trabajando desde la casa y debes supervisar también actividades del hogar.

Finalmente, hemos implementado dinámicas con colaboradores para “desconectarnos” de la presión laboral ofreciendo información para mantener el mindfulness, sesiones de yoga, nutrición, crianza, etcétera;



o “Desarrollo en casa”, con sesiones virtuales de capacitación y aprendizaje en temas variados.

¿Cómo han contribuido las buenas prácticas a impactar en los resultados del negocio?

Nuestro rol en los países donde estamos va más allá de lograr una meta en ventas. Somos responsables de agregar valor a la sociedad. De esa forma hemos colaborado con muchos socios estratégicos aconsejando con buenas prácticas de negocio para mitigar los impactos del mercado. Igualmente, hemos ayudado a nuestras comunidades a través de donaciones de equipos de protección personal, comida y

utensilios de limpieza. También a través de nuestro voluntariado hemos continuado con nuestro programa “Adopta una Escuela” proporcionando material audiovisual que ayuda a la educación de los niños de las escuelas seleccionadas. En fin, como colaboradores de esta organización nos sentimos comprometidos y motivados por las medidas que se han tomado a lo interno y por la forma como todos juntos podemos seguir generando valor a todos nuestros relacionados. Esto nos mantiene muy activos y con una gran fortaleza para dar lo mejor de manera individual y colectiva que al final se ve reflejado en los resultados.

Contemplando su vasta experiencia y escala profesional dentro de 3M, desde su perspectiva, ¿cuál es el factor más importante para mantener la innovación, la diversidad y la inclusión?

La creación de una cultura laboral. 3M tiene algo muy claro: sus equipos de trabajo son mejores cuando se componen de personas diferentes con objetivos compartidos, que puedan aportar distintas perspectivas.

En ese sentido, la compañía está comprometida con la inclusión a partir de políticas de equidad y la promoción de un espíritu de colaboración amigable. En 2015, 3M estableció una meta acumulativa, en todas las categorías de diversidad, para duplicar la cartera de talento diverso en la gestión a nivel mundial: del 32,6% al 43,3%; hasta el momento, se ha logrado un aumento de 10,7 puntos de 2015 a 2020. Además, el 30% de los miembros de la junta directiva está integrado por mujeres.

Ahora bien, todos estos esfuerzos en temas de inclusión y diversidad han influenciado en la construcción de nuestra cultura laboral, misma que abraza la creatividad y la colaboración entre negocios, geografías y disciplinas científicas, redundando en el desarrollo eficiente de nuevas ideas y productos.

Ejemplo de esto, es la cultura del 15%, que anima a los colaboradores a utilizar los recursos de 3M, formar un equipo único, seguir sus propios conocimientos en la búsqueda de la resolución de problemas y dedicar el 15% de su tiempo de trabajo a hacerlo. Este sistema se desarrolla y crece gracias a sistemas de medición y recompensa que fomentan la colaboración, toleran errores, recompensan el trabajo en equipo, respetan el riesgo responsable y estimulan el éxito.

Con respecto a la familia, ¿cómo equilibra su tiempo entre ella y su desempeño como líder en 3M?

3M cuenta con un programa llamado FlexAbility, lanzado por primera vez en 2015, que brinda a los empleados la autonomía para personalizar cuándo y dónde trabajar mejor, lo que les permite laborar de manera que ofrezcan flexibilidad y equilibrio, e impulsen una mayor productividad y oportunidades de colaboración entre individuos y equipos.

Los empleados y los supervisores compartimos la responsabilidad de hacer que FlexAbility sea un éxito. Los colaboradores deben comunicar cómo prefieren trabajar, mientras que los supervisores brindan apoyo y eliminan los obstáculos.

Gracias a este programa y los aprendizajes adquiridos desde antes, la transición al trabajo remoto y a las nuevas formas de laborar por el Covid-19 fueron más eficientes y rápidas.

En mi caso particular como el de muchos otros colaboradores, nos encontramos trabajando desde casa lo que me ha permitido al mismo tiempo estar más cerca de la rutina familiar, compartir con ellos lo que hago en el día a día, siendo una maravillosa oportunidad de formación a través del ejemplo para mi hijo. El aislamiento durante la pandemia no es algo muy saludable emocionalmente, sin embargo, el hecho de contar con el soporte cercano de la familia nos

energiza desde la mañana y hace sin dudas, que las jornadas sean más llevaderas.

¿Cuál es su opinión sobre el liderazgo productivo en Latinoamérica?

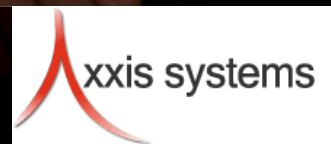
Esta es una pregunta amplia para contestar, ya que cada país puede tener sus propias realidades que de una u otra forma por factores políticos, sociales o hasta de ubicación geográfica, entre otros, pueden afectar la formación profesional y la productividad. Sin embargo, tratando de rescatar una visión generalizada y en base a nuestra experiencia, podemos comentar que el liderazgo latinoamericano tiene aspectos comunes asociados a la lucha por la superación y el desarrollo, también se caracteriza por ser un liderazgo resiliente que está acostumbrado al cambio constante y actuar bajo presión ante un entorno relativamente incierto. Es un liderazgo definido por la pasión por lo que hace y con una tendencia creciente hacia la digitalización, la toma de decisiones basadas en datos y un último ingrediente muy latino que es la comunicación abierta, la camaradería y la facilidad para el trabajo en equipo. Veo en Latinoamérica un potencial enorme de líderes donde ya muchos de ellos ocupan posiciones relevantes en empresas de prestigio, pero aún necesitamos más y mejor educación en múltiples áreas. Al venir de una empresa como 3M donde aplicamos la ciencia a la cotidianidad, nos damos cuenta de la importancia de seguir incentivando y fortaleciendo los programas educativos asociados a carreras STEM, por sus siglas en inglés, Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas. Debemos lograr que cada vez estas carreras sean más atractivas, tengan menor deserción estudiantil y consigan un campo laboral donde poder desarrollarse. Nosotros como empresa estamos comprometidos con este objetivo para ayudar al desarrollo y la productividad de los países de nuestra región.





Ricardo Camargo

VP de Proyectos (PMO)
en Axxis Systems, Panamá.



A TRAVÉS DEL LIDERAZGO NOS ENCARGAMOS DE NIVELAR EMOCIONES, DANDO APOYO Y TRANQUILIDAD AL ENTORNO

▶ “El liderazgo es un acuerdo mutuo de respeto, compromiso, lealtad con un objetivo en común, donde todos se aseguran de cumplirlo a través de la motivación, inspiración y el reconocimiento”

▶ “El sector bancario y financiero en Latinoamérica se ha tomado muy en serio la tecnología y no solo con la adquisición de servicios a través de plataformas tecnológicas, sino también con la adopción de metodologías reconocidas”

Cuenta con 50 proyectos de su autoría aplicados en diferentes sectores, entre ellos 25 bancos, 11 aseguradoras, firmas de abogados, transporte, franquicias de comida rápida y casinos, entre otros, logros alcanzados a lo largo de algo más de 20 años de experiencia en las actividades del negocio bancario, implementación y gestión de proyectos tecnológicos. Posee con muy amplios conocimientos en la aplicación de Core de seguros y bancarios, además de ostentar basta experticia en gerencia de riesgo de proyectos, en control y aseguramiento y control de cronograma. Egresado de la Universidad de Panamá en Administración y Contabilidad, cursó estudios complementarios en la Universidad de Louisville y en la Universidad Interamericana de Panamá.

Se trata de nuestro entrevistado, Ricardo Camargo, VP de Proyectos (PMO) en Axxis Systems, Panamá.

FDEINTL ¿Cómo ha sido su paso por Axxis Systems para haber alcanzado la posición en la empresa a nivel ejecutivo como VP de Proyectos?

“Es una realidad que algunos desafíos requieren de una preparación previa y en este caso, contar con una experiencia y trayectoria en la implementación de proyectos tecnológicos es uno de los factores más cruciales para emprender con éxito la dirección de una Oficina de Proyectos (PMO), encargada de entregar valor a la industria aseguradora a través de diversas plataformas tecnológicas, que les permita crecimiento y posicionamiento en su región o más allá.

Esta experiencia previa en la implementación de proyectos internacionales y la certificación PMP (Project Manager Professional) que otorga el PMI (Project Management International), eran los requisitos más importantes para llegar a la compañía directamente a asumir el cargo de Vicepresidente de Proyectos. Sin embargo, -continúa nuestro entrevistado-, las exigencias del puesto requerían establecer planes de acción de manera inmediata, que permitieran retornar los proyectos a los objetivos trazados originalmente de Chile, Perú, Paraguay y Costa Rica, los cuales acumulaban una serie de conflictos, impactos y desviaciones negativas”.

Señala Camargo que a ello se sumaba, equipos de trabajos con altos signos de agotamiento, frustración y, por otra parte, clientes insatisfechos por el bajo rendimiento de acuerdo a los indicadores del proyecto.

Nos explica que pretender que su sola incorporación a la compañía resolvería todos los problemas existentes como por arte de magia, sería auto engañarse. “Por lo tanto, considerando el escenario al que me estaba uniendo, era necesaria la aplicación de habilidades blandas y duras que generaran un ambiente de colaboración a través del trabajo en equipo, la negociación, la re-planificación de los proyectos y en consecuencia, sumando el esfuerzo de directores que ya tenían años en la compañía con los detalles claros, unos con mucha experiencia en el control de calidad del desarrollo de software, y otros en el negocio y la operación de seguros.”

Añade Ricardo Camargo que por supuesto, ello dio excelentes resultados, debido a que hubo gran apoyo y confianza por parte del CEO de la compañía en cada iniciativa que se propuso y que se involucró y aportó directamente al cumplimiento de esos objetivos. “Las diferentes estrategias presentadas y negociadas con cada cliente permitieron retomar la confianza de ellos y el cierre exitoso de proyectos de vital importancia para la compañía. Seguramente muchas empresas cuando tienen un crecimiento acelerado pasan por estos eventos; sin embargo, no todos reaccionan de manera inmediata como lo hicimos nosotros,” indicó.

FDEINTL Durante su gestión como VP de Proyectos de Axxis Systems, ¿Cuáles considera que han sido los logros más relevantes durante su gestión?;

“Sin duda que la entrega de valor constante a nuestros clientes través del cierre de proyectos exitosos, los cuales han permitido un crecimiento sólido y rápido para ellos, además de que han generado la oportunidad de que la compañía haya penetrado nuevos mercados en otros continentes como Europa y África, los cuales a su vez, originan nuevos desafíos y, por lo tanto, nuevas formas de comunicación, todos estos logros debido al fortalecimiento de la oficina de proyectos a través de la incorporación de herramientas, la optimización de procesos existentes, la adaptación de metodologías Agiles y optimizado la tradicional cascada, esta última, irónicamente es la más acordada con nuestros clientes, a pesar de las actuales tendencias en agilidad.

Por otro lado, la incorporación de nuevos procesos orientados a la entrega de valor a nuestros clientes, lo cual y en consecuencia, facilita la obtención de resultados rentables para la compañía”, puntualizó nuestro entrevistado, quien agregó que con base en lo anterior, para él resulta gratificante que la Oficina de Proyectos y todos sus componentes trabajen de manera sincronizada, haciendo frente y dando respuesta a la resolución de conflictos en el menor tiempo posible, a través de estrategias de negociación, lo que permite obtener los resultados proyectados por la compañía y sus clientes.

FDEINTL Como gran conocedor del negocio financiero, ¿Cuáles son los próximos desafíos?

“En la actualidad, la industria 4.0, de la mano con el internet, más todos los aspectos disruptivos, han estado cambiando la forma en cómo los seres humanos y los negocios hacen las gestiones; desde allí muchos podrían concluir que estos nuevos cambios generan la activación de una ‘transformación digital’. Sin embargo, desde mi punto de vista, esta transformación digital inició hace muchos años. “

Comenta que a su juicio, cada compañía conoce a la perfección que debe disponer de las mejores herramientas, acompañadas de procesos operativos eficientes y equipos de trabajos de alto rendimiento para ser competitivos, conociendo de antemano que de la misma manera como existen muchos bancos, también existen muchas aseguradoras. “Sin embargo, -añadió-, se diferencian en la forma en cómo cada uno ofrece sus servicios y en la atención a sus clientes a través de plataformas y canales alternos de comunicación, cualidades y características que los mantienen competitivos dentro de su sector de negocios.

“Considerando lo antes mencionado, no está demás aclarar que el mundo ha sido estremecido por una pandemia, obligando a las empresas de cualquier industria a agilizar la aplicación de sus nuevas iniciativas de transformación tecnológica, pero principalmente, estas organizaciones están invirtiendo en tecnologías y plataformas con servicios directamente desde la nube, que les garantice la continuidad de su operación desde cualquier punto del planeta. Asegura el VP de Proyectos de Axxis Systems que para muchos, este esquema se convierte en grandes desafíos debido a los cambios internos, incluyendo políticas y aspectos de la cultura de la organización que deben asumir y ejecutar para asegurar el éxito.

Indica Ricardo Camargo que “es un hecho que los negocios financieros a través de la banca se están moviendo en otra dirección y las Fintech pueden convertirse en una amenaza o en una gran oportunidad para hacer la diferencia, ofreciendo productos o modelos de negocio en la industria de los servicios financieros”, agregando



EAGER CENTURY
INC.

Proveedor Global
de Materias Primas,
Aditivos
y Especialidades
Químicas

- **Garantía de Suministro.**
- **Apoyo Logístico.**
- **Servicio al Cliente.**
- **Ahorro en Costos.**
- **Calidad Garantizada.**
- **Soporte Técnico e Innovación.**

www.eagercentury.com

Contact@eagercentury.com

que en numerosos bancos ya han iniciado la adopción de estos servicios, encarando los desafíos que esto conlleva, sobre todo de grandes inversiones en tecnología. “Por su parte, la industria aseguradora se verá obligada a proponer modelos de negocios similares y hacer lo propio”, puntualizó.

FDEINTL quiso conocer la opinión del ejecutivo en cuanto al ejercicio del liderazgo en torno a visión estratégica, compromiso con su gente, creatividad en el trabajo en equipo y comunicación, dada su condición indudable de ser un líder que se desenvuelve con equipos multiculturales, enfocados principalmente al negocio de aseguradoras, bancos y financieras en Panamá, México (D.F., Culiacán, Monterrey, Guadalajara), República Dominicana, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Guatemala, Nicaragua, Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú, Paraguay, Bolivia, Chile, Argentina, Surinam, Egipto y Rumanía, a lo que respondió que “conceptualmente, el término liderazgo tiende a confundir a muchos sobre todo cuando se está en los inicios. Para la implementación de proyectos tecnológicos, el liderazgo que se ejerza durante la ejecución es determinante para asegurar el éxito del mismo. De la misma manera que aplica para una empresa, también se aplica para los proyectos, dependiendo del tipo de liderazgo que se ejerza, éste está directamente relacionado al éxito o fracaso.”

Añade que personalmente considera que el liderazgo es un acuerdo mutuo de respeto, compromiso, lealtad con un objetivo en común, donde todos se aseguran de cumplirlo a través de la motivación, inspiración y el reconocimiento. Dicho eso, Camargo hace énfasis en cada uno de los siguientes aspectos:

Comunicación: Debilidad o talón de Aquiles de muchos, pero sobre todo de los Gerentes de Proyectos. Es un hecho que nos pasamos comunicando gran parte del tiempo y es de gran ayuda para asegurar anticipadamente soluciones que eviten impactos considerables o bien, para que la organización tome las decisiones correctas en el momento correcto. “Debemos ser oportunos con la comunicación para evitar malos entendidos y auto estrés, solicitar siempre las cosas de la forma más asertiva posible y con empatía, es decir profesional y categóricamente,

cuidando mucho nuestro lenguaje corporal y nuestras emociones al momento de comunicar. Esto es parte de la preparación que compartimos con nuestro equipo,” en opinión de Ricardo Camargo.

Credibilidad: Transparencia, confianza, asertividad y los hechos demostrables son los elementos determinantes que dejan en evidencia la credibilidad. Con base en ello y a través de ese liderazgo el equipo se siente seguro, respaldado y dispuesto a emprender cualquier iniciativa de solución que se proponga por más difícil que sea. Este escenario también es aplicado hacia nuestros clientes.

Proactividad: Esta disciplina la tenemos bien marcada y deja en evidencia qué tan eficientes somos al momento de gestionar nuestros proyectos, ya que va inmersa en el seguimiento periódico que se les hacen a los planes. Dice el ejecutivo que “anticiparse a algunos hechos marca la diferencia al momento de evitar impactos considerables al presupuesto y rentabilidad del proyecto, y a su vez en la optimización de los recursos”.

Inteligencia Emocional: En cualquier industria, el control de las emociones es un arte y en los proyectos se ha convertido en una de las habilidades más importantes y relevantes de los Gerentes de Proyectos; de hecho, es una limitante para una contratación si no se cuenta con esas habilidades. “Esto obedece a que la carencia de esta habilidad podría desencadenar en el incremento de conflictos, cuando por el contrario se deberían minimizar o eliminar”.

En opinión de Camargo, tomando en cuenta que la administración de proyectos conlleva manejar y solucionar conflictos a diario, se corre el riesgo de que se activen con más frecuencia las emociones. Es decir, enojo, desmotivación, frustración, agotamiento, estrés, entre otros, podrían atentar contra la figura principal al frente de los proyectos. “Para ello, -indica-, nuestro rol como director de la PMO y a través del liderazgo nos encargamos de nivelar estas emociones, dando apoyo y tranquilidad al entorno, para una eficiente continuidad de los proyectos donde deben prevalecer acuerdos, derivados de la aplicación de buenas técnicas de negociación y comunicación asertiva”.

FDEINTL ¿Qué tipo de proyectos son los más abordados bajo la conducción de su liderazgo internacional? Y desde su punto de vista, ¿cuáles han sido los factores de éxito que predominan en las diferentes ejecuciones?

“Durante casi 10 años tuve la oportunidad de trabajar directamente en bancos diferentes, uno estatal y dos de ellos de capital privado; en todos los casos la experiencia obtenida fue en áreas operativas. A mediados del año 2000, esta valiosa experticia tuvo como consecuencia la oportunidad de dar un giro a mi vida profesional y de pertenecer a una empresa posicionada en la región, con sede principal en Panamá, orientada a proveer servicios tecnológicos a bancos, cooperativas y entidades financieras en general, a través de varias aplicaciones y un core bancario.”

Indica Camargo que las diferentes aplicaciones cubrían áreas como lavado de dinero, gestión de cobros, banca por internet, manejo de inversión, tesorería y todos los servicios que proveen este tipo de entidades financieras; “durante 8 años estuve asesorando, capacitando, aportando ideas acerca de una mejor forma de hacer las cosas, implementando proyectos tecnológicos principalmente a través de un core bancario. Debo reconocer que esta área es donde radica mi mayor experiencia,” reveló.

A lo largo de los siguientes 8 años, tuvo la oportunidad de pertenecer a diferentes empresas con el mismo objetivo: proveer plataformas tecnológicas a diferentes tipos de industrias lo cual le permitió aumentar sus conocimientos en áreas nunca antes exploradas en su vida profesional, según comenta. “Me entusiasmó le idea de tener dominio de conceptos como CRM (Customer Relationship Management), ERP (Enterprise Resource Planning) e implementar aplicaciones orientados a satisfacer estos conceptos”.

En los últimos 2 años y un poco más, el VP de Proyectos de Axxis Systemns se ha dedicado a la ejecución de proyectos tecnológicos, orientados a la industria aseguradora para lo cual ha sido necesario el manejo de términos como garantías, seguros de vida, seguros generales, siniestros, endosos, etc. Ha resultado interesante incursionar en la implementación de un core de seguros y otras aplicaciones que giran en su entorno y todo con posibilidades de utilizarse desde la nube.



FDEINTL ¿Cuál es su opinión en torno al desarrollo del liderazgo tecnológico en Latinoamérica, específicamente el del sector Bancario?

“En los últimos años el sector bancario y financiero de Latinoamérica se ha visto en la obligación de adoptar y aplicar constantes controles, a través de mejoras en sus plataformas tecnológicas debido a las exigencias regulatorias solicitadas por entidades internacionales, que requieren transparencia en la información financiera e incremento en el intercambio de la misma. Para el sector ha significado la realización de inversiones, o bien en algunos casos podrían considerarse gastos, debido a que no necesariamente tienen un impacto en el aumento de sus ingresos dentro de la cartera de los productos que ofertan.”

Agrega Camargo que “esta capacidad de adaptarse con rapidez a las exigencias consideradas hasta cierta forma tecnológicas, deja en evidencia el nivel de madurez que han adquirido algunas entidades financieras de la región, y es que con mercados cada vez más saturados no tienen otra alternativa que adquirir los mejores servicios tecnológicos que consideren diferentes métodos y canales alternos a los tradicionales que los mantenga competitivos, a través de la promoción de nuevos productos que satisfagan las necesidades de clientes, que a su vez también se han convertido cada vez en más exigentes”.

Asegura que el sector bancario y financiero en Latinoamérica se ha tomado muy en serio la tecnología y no solo con la adquisición de servicios a través de plataformas tecnológicas, sino también con la adopción de metodologías reconocidas en el uso de buenas prácticas para la implementación de proyectos de todo tipo. Puntualiza, además, que ya es común escuchar que un banco cuenta con una oficina de proyectos (PMO) que lleva a cabo todas las iniciativas tecnológicas de nuevos negocios. “Adicional a ello, -comenta-, cuentan con gerentes de proyectos certificados PMP o bien Scrum Master, debido a que han adoptado la ejecución de proyectos Agiles a través del marco de trabajo Scrum. Es un hecho, existe un alto nivel de madurez y liderazgo en el sector bancario

stems

Latinoamericano con respecto al uso y aprovechamiento de la tecnología”.

FDEINTL Entre las metodologías y mejores prácticas implementadas en sus objetivos de negocio, ¿Cuáles representan mayor impacto por su aplicación en los proyectos y en consecuencia, ofrecen un excelente resultado?

“Determinar cuál es la metodología más apropiada o efectiva para la implementación de proyectos podría ser considerado un tema de extenso debate. Sin embargo, puedo asegurar que cualquier metodología donde existan equipos de trabajos comprometidos y líderes totalmente involucrados, esa de seguro dará excelentes resultados. Escuchar al Gerente General de una compañía decir ‘No sé qué metodología ustedes consideren utilizar para implementar el proyecto, lo importante para nosotros es contar con una plataforma tecnológica que nos permita mantenernos competitivos con los nuevos productos que queremos lanzar al mercado cuanto antes’, esto nos da una idea de lo que realmente los clientes esperan de nosotros.

Dicho lo anterior y reconociendo que formo parte de una compañía que ejecuta proyectos tecnológicos, -continúa-, es necesario apalancarse sobre estándares, políticas, procesos, herramientas y metodologías eficientes comprobadas que aseguren la entrega de proyectos exitosos. Con base en ello, consideramos dos metodologías, Ágil a través del marco de trabajo Scrum y la tradicional cascada. Sin lugar a dudas, ambas nos han facilitado la entrega de proyectos exitosos. Sin embargo, la metodología Ágil permite la entrega de valor al negocio de nuestros clientes en menor tiempo”.

Agrega el alto ejecutivo que en sus negociaciones y propuestas, siempre en primera instancia promueve la metodología Ágil con su respectiva explicación de ventajas y beneficios, acompañada de algunas experiencias con resultados comprobados. Aun así, Camargo indica que sus

clientes finalmente se inclinan por la tradicional cascada, lo que causa una gran incógnita, que desde su punto de vista, podría tener una explicación: “En una relación cliente proveedor existen negociaciones y acuerdos contractuales donde alguna de las partes tiene la mayor responsabilidad, si consideramos la agilidad, esta implica equipos de trabajo auto organizados, donde el cambio es bienvenido en cualquier momento o en cualquier sprint, debido a que este esquema supone la entrega de valor al negocio por encima de cualquier cosa y con ello podría significar un presupuesto extenso si no se lleva controladamente. Por lo tanto, esto podría significar un contrato de tiempo y material donde la mayor responsabilidad y riesgos del proyecto recae sobre el cliente, debido a que él tiene control y el ritmo de lo que persigue como objetivo”.

Añade que “tenemos la tradicional cascada, donde los acuerdos generan un contrato de precio fijo y en la mayoría de los casos va acompañado del concepto ‘llave en mano’. Esto significa que la mayor responsabilidad y el riesgo debe asumirlo el proveedor. No todas las compañías tienen carta abierta para iniciar un proyecto sin un fin determinado, por lo general antes de emprender una iniciativa tecnológica debes sustentar la necesidad para que posteriormente se apruebe un presupuesto, que por lo general es limitado. Esta es una realidad que muchos ‘agilitas’ desconocen y que está pasando realmente y aun cuando seguimos resaltando la agilidad, los clientes en nuestra realidad se siguen inclinando por la tradicional cascada”, indicó.

Consultado acerca de su experiencia en el ejercicio del Liderazgo, Ricardo Camargo considera con mucha firmeza, que el liderazgo aparece desde el primer momento en que se asume la responsabilidad de lograr objetivos establecidos, lo que puede ocurrir en cualquier faceta de la vida, aclarando que una vez que se descubre, se comienza a entender y aprender de él, hasta que se logra aplicar su valor y su significado a

todo lo que se emprende y devuelve resultados positivos.

“Haber entendido el significado de liderazgo y su esencia me tomó un tiempo considerable; antes de eso no era más un jefe, donde en cada intento de aplicar solo mi punto de vista, me llevó a fallar en algunas ocasiones y con pésimos resultados al frente como gerente de proyectos, luego de la lección y de haberme dado cuenta de qué cosas no hacer y cuáles potencializar, se abrieron nuevos caminos en mi vida personal y profesional, poniendo en práctica el buen uso del liderazgo. Finalmente entendí que hay conductas muy negativas de las que tuve que desprenderme y que las estaba aplicando sin darme cuenta, tales como la arrogancia, la prepotencia y el ego que simplemente no encajan en ningún tipo de liderazgo”, agregando que “es un hecho que la calidad de ser humano prevalece sobre cualquier otra cosa, no importan títulos, cargos. El líder se identifica instantáneamente por el tipo de ser humano que es. Todo lo que una persona logra con conductas negativas podría considerarse tiranía”.

Nuestro entrevistado Ricardo Camargo reiteró que los buenos profesionales y las empresas exitosas resaltan, debido a su tipo de liderazgo. “Es por ello que cada emprendimiento que realice en cualquier faceta de mi vida, me adelanto a aclarar cómo se llevará a cabo; es decir, que aparte de establecer objetivos bien definidos, son activados en consecuencia y por naturaleza un conjunto de habilidades desarrolladas a través del tiempo como la comunicación asertiva, la empatía, la escucha, la motivación, la inspiración, el trabajo en equipo, la colaboración, el pensamiento crítico, enseñar haciendo, el reconocimiento, la confianza, la transparencia y muchas otras habilidades tanto blandas como duras, que se activan en el momento preciso, como una acción preventiva y que cuya función es asegurar el cumplimiento, y que de allí se derive la satisfacción y el crecimiento de todos”.

CARTAGENA
ARROYO GRANDE



SANTO MANGLAR®
CARTAGENA
LIFE WELLNESS SPA HOTEL



CONFORT

PRIVACIDAD



EXCLUSIVIDAD



SPA ANCESTRAL DE MÁS DE 2.200 M2



Anillo vial **kilómetro 28**
vía al mar de **Cartagena**
a **Barranquilla**

¡Vive una **experiencia única**
rodeada de **naturaleza,**
sensaciones, exclusividad,
bienestar y bioseguridad
para ti y toda tu familia!



316 478 94 11
316 734 01 79



SANTOMANGLAR

Uber

Juntos por
el cambio



Uber Planet



Marcela Torres

Gerente General de Uber en Colombia

NOS ENORGULLECE TENER UNO DE LOS PORTAFOLIOS MÁS GRANDES DE LA INDUSTRIA

Desde hace dos años, Marcela Torres es la Gerente General de Uber en Colombia, donde comenzó en el 2020 como Líder Regional de estrategia, para posteriormente asumir la nueva posición ejecutiva que desempeña actualmente.

Egresada de la Universidad de los Andes, Torres cuenta con un MBA cursado en el IE Business School. Durante su maestría, co-fundó una empresa de microfinanzas en Colombia, con el objetivo principal de apoyar emprendedores de bajos recursos, ganando el reconocimiento al Mejor Proyecto Emprendedor del Año.

RFE abordó a esta reconocida ejecutiva, para conocer un poco más acerca de la internacional Uber.

RFE ¿Qué es Uber, hace cuanto que llegó a Colombia? ¿Está Uber amparado en la legislación colombiana?

MT “Hace ocho años, Uber se convirtió en la primera compañía en ofrecerle a Colombia una alternativa de movilidad innovadora y confiable, que cambió la forma de cómo las personas se trasladan e interactúan con las ciudades”. Indica que la empresa comenzó ofreciendo opciones de movilidad de personas, y ahora, adicionalmente Uber coloca a disposición Uber Flash que se encarga de envío de encomiendas; contando con la importante alianza con Cornershop, Uber incluye la posibilidad de tener acceso a través de la aplicación, a supermercados y otras tiendas especializadas.

Señala Marcela Torres que “la movilidad privada intermediada por plataforma carece de regulación especial en Colombia, lo cual no significa que sea ilegal. De ser cierto que las actividades no reguladas son ilegales, todas las innovaciones que llegan al país que no tengan regulaciones especiales lo serían, aclarando que “la Constitución colombiana reconoce el derecho de los ciudadanos a acceder a los beneficios generados por el progreso tecnológico, y Uber es un claro ejemplo de ello”, añadiendo que Uber es una plataforma tecnológica que actúa bajo el principio de neutralidad de red, que paga los impuestos que corresponden a las autoridades colombianas.

“El modelo de negocio de Uber siempre ha contribuido con Colombia, -comenta-, muestra de esto es que se pagan miles de millones de pesos en impuestos, incluido el IVA, para servicios digitales. También somos un actor relevante en la reactivación económica, -prosigue la ejecutiva-, ya que miles de personas acceden a la oportunidad de generar ganancias adicionales utilizando la aplicación, y millones de usuarios, incluyendo emprendedores, se benefician de las diferentes opciones intermediadas por la plataforma.”

RFE ¿Qué representa para los usuarios este tipo de servicios? ¿En qué términos se está ofreciendo?

MT “Contar con un ADN innovador ha permitido adaptarnos a la cambiante realidad que trae la pandemia, para poder ofrecerle a los arrendadores y usuarios lo que necesitan y cumplir con nuestro rol en la reactivación económica del país”, agregando que se siente muy entusiasmada con ser parte de la compañía que revolucionó la movilidad, la que día a día fija los estándares de la industria, que busca constantemente innovar en seguridad y en un portafolio de productos cada vez más relevante para la comunidad, todo apalancado en la tecnología, apunta Torres.

En el último año, Uber triplicó las opciones disponibles para poder responder a las nuevas necesidades y realidades de usuarios y arrendadores (prestadores del servicio) “Nos enorgullece tener uno de los portafolios más amplios de la industria”. En este momento cuentan con las siguientes opciones:

Movilidad

-**UberYa**, que es la opción más eficiente.

-**UberYA Promo** nacida durante la coyuntura de Covid. Es hasta un 20% más económica que las demás opciones, para poder dar acceso a muchas más personas a la plataforma.

-**Uber Comfort y XL**, con vehículos diferenciados para aquellos que necesiten más comodidad o espacio.

-**PorHoras** que es un producto nuevo donde es posible alquilar un carro con conductor por 1 hora como tiempo mínimo



Movilidad sostenible

-**Uber Planet y Comfort Planet** son las opciones más sostenibles con las que los usuarios pueden compensar la huella de CO2 de sus arrendamientos solicitados, a través de la app de Uber.

Entregas

-**UberFlash, Flash Bikes, Flash XL** que también nacieron en el 2020 y 2021, y es una familia de opciones para entrega de artículos de diferentes tamaños y a diferentes precios, que se adapta a las necesidades de los usuarios.

-Alianza con **Cornershop** para que los usuarios puedan acceder directamente a farmacias, supermercados y otras tiendas especializadas desde la app de Uber.

RFE ¿En qué consiste la plataforma Uber Avanza?

MT “Es una plataforma educativa exclusiva para arrendadores, que les permite gestionar sus finanzas y avanzar como emprendedores, producto de la alianza entre Uber y un grupo de expertos en educación, emprendimiento e impulso de nuevos negocios. Desarrollada con la asesoría

técnica de la Corporación Financiera Internacional (IFC), cuenta con el apoyo de Endeavor, líder mundial en la promoción de emprendedores, a través de su división de Innovación Abierta”.

Comenta la Gerente General de Uber Colombia, que la plataforma permite fortalecer modelos disruptivos de emprendimiento, con el fin de construir un ecosistema de innovación que tenga como foco las necesidades de quienes más se han visto afectados por la coyuntura. “Los arrendadores tendrán acceso a micro cursos a través de la novedosa plataforma EduMe, los cuales incluirán contenidos para reforzar sus conocimientos de gestión financiera, control de gastos de su emprendimiento y/o del hogar, manejo responsable de deudas y planeación para el futuro. Uber Avanza se lanzó simultáneamente en Colombia, Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica y México, impactando a más de 1 millón de socios conductores, arrendadores y repartidores, quienes brindaron su retroalimentación sobre los cursos para poder cumplir con sus necesidades adecuadamente”, puntualizó.

Acerca de los principios de liderazgo necesarios para prosperar en la nueva realidad económica mundial, Marcela Torres considera que son 3, según su experiencia personal:

1. Liderazgo con propósito: las personas se comprometen cada vez menos con una empresa o un jefe, y mucho más con una causa. Mi caso personal no es la excepción, y mi experiencia me ha mostrado que es la forma más poderosa de llevar a un equipo hacia un objetivo común.

2. Diversidad de perspectivas: Estoy convencida de que la diversidad de perspectivas enriquece la discusión. Está demostrado que tener equipos directivos diversos está correlacionado positivamente con los resultados de las organizaciones. Un buen liderazgo logra potenciarse cuando las compañías generan condiciones para

que cualquier tipo de líder se pueda desarrollar y crecer.

3. Liderazgo colaborativo: los equipos son cada vez más relevantes, las organizaciones cada vez más planas, y por lo tanto, los líderes cada vez más cercanos. En ambientes organizacionales cambiantes y dinámicos, como en el caso de Uber, los equipos son la célula que permite que “el organismo” viva, se adapte y evolucione.

RFE En cifras, podría decirnos ¿cuántos usuarios activos tienen en la plataforma? ¿Cuántos empleados, en cuántos países tienen presencia? ¿Cuánto es el aporte en impuestos al país?

Torres asevera que Uber registra más de 18 millones de viajes al día, está disponible en 10.000 ciudades en 69 países y completa más de 15 billones de viajes acumulados. Agrega que desde que llegaron a Colombia, más de 672.000 personas han visto en Uber una opción para generar ingresos adicionales, 8,9 millones de usuarios han confiado en la plataforma para movilizarse por las ciudades, alrededor de 100.000 nuevos usuarios han utilizado la app desde que empezó la pandemia y más de 25.000 personas han usado el nuevo servicio de envíos Uber Flash, desde su lanzamiento.

“Igualmente, alrededor del 69% de los arrendadores registrados han regresado a la aplicación desde que comenzó la pandemia. La compañía ha pagado \$80 mil millones de pesos por concepto de IVA desde 2018,” refirió Marcela Torres.

RFE ¿Cuánto es el salario promedio que un Socio conductor de Uber recibe por mes en Colombia? ¿En el aspecto laboral de las plataformas de la economía colaborativa, es Uber un servicio que busca ofrecer diversidad?

MT “Los arrendadores son contratistas independientes que se conectan a la aplicación para generar

ganancias adicionales. No son empleados, no tienen una relación laboral con Uber ni reciben salario. Como contratistas independientes, tienen la flexibilidad de conectarse y desconectarse cuando quieran, y esto es muy importante en la economía colaborativa”, añadiendo que cada persona es libre de manejar su tiempo, según sus intereses, sus dinámicas familiares y sus necesidades económicas.

Sostiene que la diversidad es fundamental para Uber y a comienzos de este año, lanzaron el programa Juntas al Volante, que busca que más mujeres en Colombia amplíen sus oportunidades económicas al contar con mayor acceso a servicios financieros, soporte especializado en la aplicación, talleres de liderazgo y otros beneficios que ofrece la tecnología, además de lograr que aumente el número de ellas que tome el volante.

“Hoy las mujeres representan tan solo el 4.5% de los arrendadores registrados en la aplicación en el país, y de este porcentaje, el 75% nunca realizó el primer arrendamiento. Uber quiere transformar esto, ya que puede ser una opción para aquellas mujeres que hoy, y de cara a la reactivación económica, buscan acceso directo a generar ganancias adicionales”.

RFE quiso conocer si en la actualidad existe una regulación que armonice la necesidad del servicio y la garantía de los derechos de los conductores y pasajeros; Marcela Torres explicó que desde el comienzo de la legislatura en 2020, se radicaron seis proyectos de diferentes partidos con el fin de establecer una regulación en pro de las plataformas de movilidad, algo sin precedentes en Colombia. “Por diferentes razones coyunturales, perdimos la oportunidad histórica de avanzar en una regulación moderna que nos permita coexistir con las diferentes modalidades de movilidad. Seguiremos defendiendo la tecnología como un mecanismo que provee mayor seguridad,

propone mejores condiciones para arrendadores, usuarios, taxistas y sociedad y continuaremos innovando y reiterando nuestro compromiso con todas las personas en Colombia que han confiado en nosotros durante los últimos ocho años”, afirmó.

RFE ¿Cuál es el futuro de Uber? ¿Cómo es la proyección de su liderazgo en el compromiso con la sostenibilidad del medio ambiente, no solo para Colombia sino para Latinoamérica y todo el mundo?

MT “Creemos que Uber será una opción cada vez más relevante en el día a día de las personas en toda la región, en la medida en que la gente valore nuestro servicio y evolucionen los marcos regulatorios. En ese sentido, seguiremos trabajando por la comunidad de arrendadores, continuaremos creando opciones innovadoras para nuestros usuarios, y seguiremos fijando el estándar de la industria en temas de seguridad”.

Agrega que también enfocarán esfuerzos en ser un actor relevante para la reactivación económica del país, dado que son una opción de generación de ganancias adicionales para miles de personas y que tienen una oferta de valor muy relevante para mover el emprendimiento, lo cual permite a Uber apoyar al tejido empresarial del país.

“En el tema ambiental, -indica-, Uber ha sido pionero en Colombia y en la región con el lanzamiento de la opción Uber Planet, que está disponible desde noviembre de 2020 en Medellín y Bogotá (y en otras 75 ciudades de la región), como una alternativa que busca compensar la huella de CO2 de los recorridos, apoyando proyectos sostenibles de conservación de bosques y protección de biodiversidad. A nivel global, la compañía ha hecho una apuesta ambiciosa de migrar a vehículos eléctricos para 2040,” detalló.





AG Institute®
Cirugía Plástica & Salud Estética

Dr. Alan González

Director Científico de AG Institute de Cirugía Plástica
y Salud Estética

Alan González, un cirujano plástico con gran compromiso social

Alan González es Director Científico de AG Institute de Cirugía Plástica y Salud Estética. Es médico Cirujano General, egresado de la Universidad Nacional de Colombia con especialización en Cirugía Plástica en el Instituto Superior de Ciencias Médicas de la Habana, Cuba.

En su exitosa carrera profesional cuentan más de 10.000 procedimientos quirúrgicos realizados, tanto en Cuba como en Colombia, destacándose por estar a la vanguardia en las técnicas quirúrgicas asociadas al empleo de tecnología de punta, siempre en la búsqueda de obtener los mejores resultados estéticos, con la menor cantidad de cicatrices y la más rápida recuperación para el paciente.

Desde un inicio, su propósito ha sido transformar la vida de sus pacientes, vocación que ha logrado desarrollar a través de su profesión. Considera que las personas ven limitaciones en su imagen, lo que no les permite desarrollar todo su potencial. Sostiene que “la cirugía plástica no es vanidad es vida”.

Su responsabilidad médica y social lo ha llevado a colocar su experiencia, conocimientos y técnicas de vanguardia al servicio de aquellos que no poseen recursos para realizarse costosos procedimientos reconstructivos, como es el caso de su trabajo con la Fundación Reconstruyendo Rostros donde, desde hace 8 años, opera a mujeres afectadas por ácido.

Otro de sus intereses es la reivindicación de niñas y niños víctimas de violencia. Es por ello que, desde hace 12 años, la Fundación Sendero Nuevo forma parte de los proyectos en los que aboca parte de su tiempo.

Este comprometido médico conversó con nosotros sobre sus pasiones: la cirugía plástica, estética y reconstructiva, y el servicio a los demás.

¿Por qué escogió cirugía plástica como especialización y no otra rama de la medicina?

La cirugía plástica es una especialidad que mueve la vida de los individuos y aporta a su bienestar en un aspecto que hace parte fundamental del Ser, denominada Autoimagen, la forma como nos percibimos es la integración entre la mente y la imagen facial y corporal.

Esta especialidad, permite realizar aportes trascendentales a la humanidad desde lo reconstructivo y lo estético, así como también lo hace la parte Maxilofacial, la cirugía de mano, la cirugía de cráneo y cara.

Permite, además, la creación permanente, ya que a pesar de ser procedimientos quirúrgicos denominados o llamados de una manera igual en dependencia del tratamiento, cada persona debe ser valorada de manera individual y la cirugía practicada de forma única integrando conocimiento, experiencia, tecnología en pro del beneficio de las personas.

Más de 20 años de experiencia, se dice fácil pero sabemos que implica esfuerzo, preparación, estudios, constancia y mucho trabajo, ¿Qué es lo que más ha disfrutado de su carrera profesional?

Esta especialidad me mantiene vivo y cada vez más convencido de que hay mucho por hacer y desarrollar. Es arte y ciencia en continuo crecimiento, debido a que la actualización en conceptos y técnicas es fundamental.

Eso definitivamente hace que siempre esté apasionado por investigar, desarrollar y perfeccionar las técnicas y servicios tanto en la especialidad quirúrgica como en pro del bienestar de todas las personas, y así ponerlos a disposición de todos en nuestros institutos de Bogotá, Cali y Cartagena.

Es maravilloso poder, a través del conocimiento y la experiencia, transformar la vida de las personas de manera positiva.

¿Cuáles han sido los grandes desafíos que ha tenido que enfrentar en el camino? ¿Cómo los superó?

Regresar luego de haber estudiado en La Habana, Cuba y haber hecho estudios avanzados complementarios en México, con 29 años, aspecto juvenil y sin que nadie me conociera en el país fue algo que requirió mucho trabajo debido a que hace 21 años los cirujanos reconocidos eran personas mayores, donde el aspecto transmitía experiencia; asimismo, el venir de fuera del país no era bien visto por algunos colegas, especialmente si venías de Cuba, ya que no conocían las características de lo que allí se hacía.

La única manera de superarlo fue trabajando de manera incansable, para que fueran los resultados obtenidos en los pacientes, con las técnicas quirúrgicas que practicaba, los que hablaran por mí. También, presentando en los congresos mis avances y experiencias.

Siempre he sido una persona disciplinada y estudiosa, eso me permitió crecer rápidamente en el posicionamiento dentro del país y, no lo voy a negar, usar gafas neutras de los 29 a los 30 años para verme mayor, también me ayudó.

Sostiene la filosofía de servicio de AG Institute cirugía plástica y salud estética en tres pilares fundamentales: integral, humanizado y seguro, ¿Cómo logra que todos sus pacientes reciban esa atención?

Siempre he procurado en la especialidad ir más allá de lo que se exige, ser riguroso en la implementación del servicio en pro del bienestar de las personas, creando equipos de trabajo multidisciplinarios enfocados en la atención integral, sin

olvidar nunca que es fundamental mantener el buen trato y la vocación de servicio. Una sonrisa, un saludo cordial, hace que las personas mantengamos un trato cercano, más humano en la atención; por más especializados y expertos que seamos eso nunca se puede olvidar en nuestros institutos.

La sumatoria de lo anterior: la vocación de siempre tratar de alcanzar la excelencia, la innovación, y, tener más de 20 años de experiencia, es lo que nos permite dar seguridad a nuestros pacientes y por ello nos reconocen.

¿Cuáles son las claves de su liderazgo en AG Institute cirugía plástica y salud estética para mantener a su equipo de trabajo motivado, proactivo y siempre comprometido con los pacientes?

Ser el que más trabaja. Siempre he pensado que se debe predicar con el ejemplo.

Considero que tener los pies en la tierra siendo humilde es fundamental. Mostrar disciplina, comprensión, sacrificio y orden, permite que un grupo se mantenga en mejora continua dando lo mejor de sí y convirtiendo los sueños de nuestros pacientes en nuestros propios sueños y deseos.

En un sector de tan rápido avance y constantes innovaciones como la cirugía plástica, ¿cómo se mantiene a la vanguardia en los procedimientos?

Todos sabemos que la Medicina es una ciencia de estudio permanente. Todos los días leo mínimo 2 horas. Asimismo, mi búsqueda continua de resultados excepcionales me ha llevado a incorporar mucha tecnología en los tratamientos quirúrgicos y no quirúrgicos que ofrecemos a nuestros pacientes.

¿Qué le dice a las personas que piensan que la cirugía plástica es solo vanidad? ¿Cómo desmontar ese paradigma?

La cirugía plástica es vida y transforma vidas para siempre permitiendo a las personas sacar su máximo potencial, ganar seguridad, autoconfianza y sobretodo mantener el equilibrio mente, cuerpo, imagen para hacer que el espíritu vibre.

Eso significa que esta especialidad nunca podrá ser considerada vanidad.

Es fundamental que los especialistas sigamos educando a la población y, de esa manera, se entienda perfectamente la gran responsabilidad que tiene dentro de una sociedad esta rama de la medicina.

¿Es usted el creador de la Fundación Sendero Nuevo que brinda oportunidades en educación y aprendizaje a niños en situación de vulnerabilidad, ¿qué motiva su compromiso social, sobre todo con esta iniciativa que es un área diferente a su profesión?

Desde pequeño mi madre me enseñó que uno de los principales objetivos en la vida era compartir, sobre todo si lo material te permite brindarle apoyo y oportunidades a otras personas. Eso hizo que viera en las poblaciones más vulnerables y, sobretodo, en los niños una posibilidad real de apoyo y creación de futuro. Por ello, Sendero Nuevo es un hogar creado para que estos niños puedan ver la vida de una forma diferente; de una manera que, si no tienen la oportunidad de salir de su entorno, nunca conocerán. Así que brindamos herramientas que les permitan ser fuente de transformación de su realidad y de sus familias.

Esta profesión me permite lograr que algunos de los ingresos recibidos por nuestra labor los podamos destinar a seguir transformando vidas, ya no desde la cirugía sino desde la educación y las oportunidades.

Con la Fundación Reconstruyendo Rostros ayuda a mujeres que han sido afectadas con ácido, coméntenos acerca de esta labor, ¿Cuántas mujeres ha podido ayudar en estos 8 años de trabajo?

Ha sido una de las labores más motivadoras que he realizado. Ver cómo después de que han recibido todos los tratamientos posibles, poco a poco iniciamos la labor de reconstrucción estética final. Poder ver sus cambios ha sido algo maravilloso para mí y para el equipo de trabajo que lidero.

Estas mujeres tienen cicatrices y alteraciones muy severas, producto del crimen más atroz que un ser humano pueda producirle a otro al generar



una deformidad facial y corporal irreversible.

Desde la dirección científica de la fundación hemos podido realizar más de 200 procedimientos reconstructivos en más de una decena de mujeres con más de mil horas de atención a todas ellas.

Ver cómo desde la desesperanza y gracias a su fortaleza, convicción y trabajo a nuestro lado han podido reconstruir sus vidas al recuperar parte de la armonía de sus formas faciales, es muy gratificante.

Estos han sido los momentos más bellos de mi vida y de mi profesión. Además, ha sido posible gracias al apoyo de todas y todos los pacientes que se operan con nosotros, de cuyos pagos hemos sacado un porcentaje para tener los recursos económicos necesarios para realizar esta labor.

¿Cuáles son sus próximos proyectos tanto para la expansión de AG Institute cirugía plástica y salud estética como los personales en el ámbito de su compromiso social?

El plan de desarrollo en AG institute involucra seguir transformando la vida de miles de personas en el país,

mediante los servicios quirúrgicos y no quirúrgicos que ofrecemos; asimismo, lograr que Colombia cada día sea más reconocida por el gran nivel en el manejo de las formas faciales y corporales 360° en hombres y mujeres.

Viene también una etapa de publicación en revistas científicas de nuestros conceptos y adelantos en técnicas quirúrgicas.

Igualmente, el crecimiento en servicios a cargo de profesionales de muy alto nivel para el manejo de Salud Estética (equilibrio mente, cuerpo, espíritu e imagen) a partir de valoraciones y manejos personalizados para cada paciente, según sus deseos y expectativas.

En la parte social trabajaremos muy duro en recomponer la imagen, reconstruyendo pacientes que han sufrido cirugías estéticas fallidas o que padecen Síndrome de Asia, una nueva enfermedad resultado de procedimientos donde son utilizados dispositivos médicos cuya composición es silicona.

Por último seguiremos educando a todos para que corroboren que la Cirugía Plástica no es la Cirugía de la Vanidad, es la Cirugía de la Vida.





EMOTIONAL BUSINESS BEYOND

www.yetmarketing.mx

 @yetmkt

 @yetmarketing.mx





Paolo Pescali

Director Regional para Latinoamérica en la División de Productos de Electrificación de ABB



SIN UN EQUIPO FUERTE DE PERSONAS A TU ALREDEDOR, LAS POSIBILIDADES DE FALLAR SON MUY ALTAS

Paolo Pescali, es el Director Regional para Latinoamérica en la División de Productos de Electrificación de ABB, una corporación multinacional, líder mundial en innovación y tecnología, especializada en robótica, generación de energía eléctrica, equipamientos industriales y otras tecnologías de ingeniería, que opera en más de 100 países.

30 años laborando dentro de ABB le han permitido conocer el negocio a profundidad. Esto, aunado a su vasta experiencia en la región, que comenzó en 2002 cuando estuvo 7 años en Brasil, le han permitido estar hoy a la cabeza del área Comercial de Electrificación en Latinoamérica, donde ABB tiene presencia en todos los países principales, excepto Bolivia, país en el que utilizan un agente local, y Venezuela.

Pescali afirma que “la región se volvió muy estratégica para ABB debido a la tendencia de crecimiento lograda en los últimos años y esto a pesar de las dificultades del mercado que a veces enfrentamos en algunos países, como por ejemplo Argentina en 2020”.

Desde Miami, donde se estableció en 2019 cuando fue el encargado de crear el Centro Regional de Distribución de productos, Pescali conversó con Factor de Éxito sobre su experiencia de tres décadas dentro de una empresaria de la talla de ABB y cómo ha logrado escalar posiciones dentro de ella para convertirse en el líder de la operación de electrificación en la región.

Usted tiene 30 años trabajando en ABB, de los cuales 8 se ha desempeñado como Director de la División de Productos de Electrificación en Latinoamérica, ¿cómo ha sido el proceso de crecimiento dentro de la empresa?

Puedo presumir de una larga vida profesional dentro de ABB. Siempre me he sentido bien en esta empresa por sus valores y su entorno multicultural. La descentralización del proceso de decisión, la rendición de cuentas y el personal son parte de su ADN. Esta empresa siempre ofrece oportunidades para crecer dentro de la organización, especialmente si estás dispuesto a mudarte a otros países. Desde el comienzo de mi carrera me enfoqué en seguir moviéndome dentro de la organización. No te puedes quedar estancado en un puesto de trabajo por mucho tiempo, especialmente si eres joven. En línea con esto, traté de cambiar de puesto cada 3-4 años y me mudé a diferentes países cuando fue posible porque tener una experiencia internacional es muy importante para cualquier gerente, tanto desde el punto de vista humano como profesional.

Comencé mi carrera en Italia, luego me mudé a Suiza por más de 15 años, regresé a Italia durante 3 años, después a Brasil por 7 años y ahora en los últimos 2 años en Miami, Estados Unidos. Cada cambio fue en búsqueda de nuevos puestos y nuevas oportunidades.



En su opinión, ¿cuánto influyó la capacitación en su proceso de crecimiento profesional? ¿Es la capacitación un factor determinante para la consolidación de un liderazgo productivo?

La educación es fundamental para crecer dentro de una organización, pero debe complementarse con una experiencia directa en el campo. La capacitación nos brinda la base para operar, pero no nos enseña cómo liderar un equipo o cómo ejecutar un proyecto o cómo desarrollar una organización. Esto es algo que solo puedes aprender a lo largo de tu vida profesional desempeñando diferentes roles o liderando diversos equipos.

¿Cuál ha sido el mayor reto que ha enfrentado en sus tres décadas de carrera dentro de ABB?

El desafío más grande, pero también el más exitoso, que he tenido en 30 años en ABB fue sin duda el establecimiento de una organización de ventas y marketing en Latinoamérica. Esta región tiene un gran potencial pero también

una alta complejidad: algunas economías resultan muy inestables y las legislaciones en algunos mercados requieren un alto nivel de competencias para operar.

El plan que tenía por delante incluía la creación de equipos locales en cada país, el cambio de negocio en uno de los países más grandes, nuevas fábricas para atender a la región y, recientemente, la creación de un Centro Logístico Regional. Una actividad muy intensa durante los últimos 8 años que me ha dado un alto nivel de satisfacción y resultado.

¿Cuál considera que ha sido la clave para llegar a la posición que hoy tiene?

La perseverancia en la consecución de los objetivos profesionales, la dedicación al trabajo y el liderazgo son los elementos clave. También agregaría otro componente que es “aprender de tus errores”, reconocer que las equivocaciones te ayudarán a hacerlo mejor en el futuro.

Ha liderado importantes proyectos en diversos países y para hacerlo debe contar con un equipo de trabajo alineado con los valores de la empresa: responsabilidad, respeto y determinación. ¿Cómo logra mantener a sus colaboradores comprometidos y motivados?

Siempre tengo en mente dos conceptos importantes que me impulsan en la vida profesional. El primero es que “las personas son el mejor activo de una empresa” y el segundo es que “un líder que no es capaz de desarrollar y exponer sus mejores talentos no es un líder real”. He puesto en práctica estos conceptos constantemente durante mi carrera porque sin un equipo fuerte de personas a tu alrededor, las posibilidades de fallar son muy altas. Otra cualidad importante de un buen gerente es tener la capacidad atraer y seleccionar los mejores profesionales, e impulsarlos a desarrollar lo mejor de ellos.

Conozco algunos líderes que prefieren esconder a las personas talentosas porque ejecutan tareas importantes. En cambio, yo siempre prefiero exponerlos y hacerlos volar a otros puestos, dejando así espacio para que nuevos talentos también puedan desarrollarse. Este proceso crea una dinámica y un nivel de compromiso asombroso dentro de una organización.

Como líder en una empresa cuya bandera es la tecnología, la innovación y la sostenibilidad, ¿cómo definiría su carrera profesional en la industria 4.0?

La tecnología y los mercados cambian, por lo que también debe cambiar nuestra oferta a los clientes. ABB siempre ha sido una empresa líder en el componente tecnológico con fábricas inteligentes que aplican plenamente el concepto 4.0. En ABB estamos avanzando mucho en la digitalización llevando nuestra experiencia tecnológica y soluciones digitales al mercado. Esto requiere habilidades claramente diferentes a las del pasado, especialmente en las áreas técnicas y de ventas.

Sabemos que para ABB los clientes son socios valiosos, ¿cómo afectó la pandemia la continuidad del negocio y qué cambios en la estrategia tuvo que implementar para seguir ofreciendo excelencia a sus clientes en Latinoamérica?

Hay algunos eventos que cambian el mundo y esta pandemia definitivamente cambió la forma de trabajar y servir a nuestros clientes en todas partes. Esta nueva configuración permanecerá en el futuro. Creo que ninguno estaba preparado al principio para afrontar esta situación pero la forma en que toda la organización se adaptó al nuevo escenario fue increíble. Aprendimos cómo dar continuidad comercial interactuando con nuestros clientes de forma remota, aprendimos cómo brindar capacitaciones técnicas sobre nuestros productos y soluciones a través de la web, también a cómo ejecutar pruebas

técnicas a distancia con nuestros clientes, etc. Esta pandemia también aceleró algunos proyectos importantes como la plataforma de comercio electrónico que lanzamos en 2020 para América Latina.

Aunque no estuvo relacionada con la pandemia, la creación de un Centro de Distribución Regional en Miami para centralizar todo el proceso logístico y stock de envío directo de los productos, es otra muestra de cómo llevamos excelencia a nuestros clientes en América Latina.

Estos son solo algunos ejemplos de lo que se ha hecho en los últimos años para dar continuidad al negocio y mejorar la eficiencia de nuestros procesos, brindando así un mejor apoyo a los clientes. Los excelentes resultados comerciales que hemos logrado durante los últimos 2 años en la región nos confirman que vamos en la dirección correcta.



A professional portrait of Sandra Guazzotti, a woman with long brown hair and bangs, wearing a white button-down shirt. She is smiling and looking directly at the camera. The background is a blurred office setting with warm lighting and bokeh effects. The Oracle logo is visible in the top right corner.

ORACLE®

Sandra Guazzotti

Vicepresidenta de Multi Country Región de Latinoamérica

Sandra Guazzotti: La fórmula del éxito

La historia de Sandra Guazzotti es la de una mujer que fue escalando peldaños, superando retos e imponiéndose hasta ganarse un espacio de valor en la industria tecnológica. Para ella, el camino no podía ser más fascinante. Se licenció en Relaciones Internacionales en la Universidad de Tsukuba, en Japón, luego de haber estudiado Derecho en la Universidad de Buenos Aires. Más tarde obtuvo el diplomado en Alta Dirección del ESE en la Universidad de Los Andes, en Chile, y la certificación en Dirección de Compañías otorgada por el Instituto de Directores del Reino Unido. En 1999 se incorporó a la familia de Oracle como gerente regional de Financiamiento desde Argentina. Dos años después comenzó a desempeñarse como directora regional de Financiamiento para Latinoamérica y en el 2010 la nombraron directora regional del área de Financiamiento para Latinoamérica, Medio Oriente y África. Ya entre 2011 y 2014 asumió la gerencia general de Oracle Chile y entre 2014 y 2018 se desempeñó como directora regional de Financiamiento para Japón y Asia Pacífico, con base en Singapur. Más tarde como vicepresidenta de cuentas estratégicas para Japón, con base en Tokio. Actualmente ocupa la posición de vicepresidenta de Multi Country Región de Latinoamérica que incluye toda la geografía con excepción de México y Brasil. “Cuando me invitaron a unirme a Oracle me dijeron que en tecnología ningún día va a ser igual a otro y hasta ahora así ha sido. Es lo que me mantiene apasionada por esta industria después de más de 20 años de carrera. En esta industria donde las cosas ocurren muy rápido creo que la clave es estar dispuesta a aprender y reaprender constantemente”, dice.

¿Ser mujer matizó de alguna manera ese viaje?

Una de las cosas que me caracteriza es que yo nunca he sentido que no puedo hacer algo por ser mujer. Sin embargo, cuando comencé mi carrera inconscientemente fui adoptando un estilo de liderazgo más duro, más autoritario y con los años me di cuenta de que era por estar en una industria más masculinizada. Con el tiempo fui trabajando para reconectar con atributos que eran míos, pero había escondido, como la empatía, el liderazgo colaborativo y más democrático. En ese sentido, la visión de Oracle con respecto a la diversidad e inclusión y el apoyo que recibimos de la organización para realmente ser la mejor versión de nosotros mismos en el lugar de trabajo han sido fundamentales para ir reafirmando este estilo de liderazgo que me hace sentir más cómoda.

Hoy buscamos que más mujeres se interesen por la ingeniería, por la tecnología y la ciencia. Por supuesto que queda mucho por hacer y aún persisten brechas muy grandes de oportunidades, pero las mujeres han sido invaluable para los grandes avances en la ciencia y para la humanidad, por eso, no podemos desaprovechar el talento que reside en este 50% de la población, menos ahora que nuestros países necesitan más que nunca todo el talento humano para superar la crisis social derivada del Covid.

**¿Cómo es desempeñar el rol de líder en una empresa como Oracle?
Todo liderazgo conlleva desafíos. Oracle tiene en el trabajo en equipo la inclusión y diversidad uno de sus pilares estratégicos y eso facilita enormemente el desempeño de un líder.**

Este espíritu de la empresa genera un ambiente que propicia el respeto y brinda un justo desarrollo profesional para todos, asegurando que nadie

pierda la oportunidad de ser parte de la organización por barreras físicas, económicas o sociales; o por realidades diversas. De esta manera, integrar la diversidad en una corporación permite comprender mejor a los clientes y sus necesidades, pues ellos también son diversos, además de incorporar miradas distintas, habilidades diversas y capacidades diferentes al desarrollo de las estrategias de las empresas. Quisiera concluir con que la inclusión organizacional representa grandes oportunidades para las compañías, y esto nos ayuda a construir nuestra visión de líderes porque ya está en nuestro ADN y nos permite trabajar con convicción en tres pilares (nuestra gente, nuestros clientes y el negocio) y va en línea con nuestro propósito: ayudar a las personas a generar posibilidades infinitas.

¿Crees que las mujeres son líderes innatas?

Creo que, como resultado de nuestro proceso de socialización, hay rasgos que diferencian el liderazgo femenino del masculino y esto no lo digo yo, sino que está documentado en diferentes estudios. Por ejemplo, el liderazgo femenino tiende a ser más participativo que autoritario.

Por otro lado, según reveló un estudio reciente de la revista Harvard Business Review, en el que se analizaron 60 mil evaluaciones a líderes antes y después de la crisis del coronavirus, las mujeres son consideradas líderes más eficaces. Al comparar las mediciones, la publicación encontró que la brecha entre la calificación positiva del liderazgo de hombres y mujeres creció aún más durante el 2020, lo que indicaría que estas son vistas como

mejor preparadas para atender este tipo de situaciones de crisis.

Sin embargo, no creo en las comparaciones negativas o la competencia entre hombres y mujeres por quién es mejor o peor, creo que somos distintos y el valor para las empresas está en que nos podamos complementar.

Incluir líderes mujeres en los equipos de trabajo trae grandes beneficios porque amplía las miradas. En 2019, la OIT realizó un estudio en el que se encontró que los negocios registran mayores rendimientos cuando emplean a mujeres en sus altos cargos. En este sondeo a casi 13 mil negocios en 70 países se encontró que el 60% se benefició del trabajo de las mujeres en puestos directivos no sólo en materia de ganancias, sino también en creatividad y reputación. Cerca de la tercera parte de las compañías encuestadas que promovió la diversidad de género en cargos directivos registró un incremento de sus resultados de entre 5% y 20%, un porcentaje que en la mayoría de las empresas osciló entre el 10% y el 15%. El 74 % de las empresas encuestadas que hace un seguimiento de las repercusiones de la diversidad de género en los puestos directivos comunica que ha visto incrementar sus beneficios entre un 5 % y un 20 %. Y para concluir le quiero mencionar que esta organización es liderada por una mujer, Safra Catz.

¿Cómo ha sido liderar equipos durante este tiempo de pandemia?

La pandemia ha acelerado cambios que ya eran tendencia hace algunos años, como el e-commerce, el teletrabajo, la educación a distancia, la telemedicina, la exigencia de una

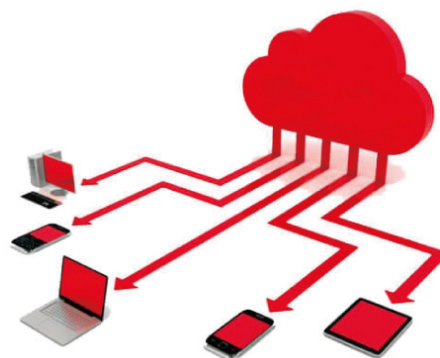
mejor calidad de vida, menos horas en la oficina, menos contaminación ambiental y, sobre todo, puso la vida humana como prioridad por sobre cualquier actividad económica. Nunca habría pensado que en un solo día podría estar dando una charla en una universidad de Valdivia, luego almorzar con mi familia, después tener una reunión con el equipo de Oracle en el Caribe, un foro sobre ciudades inteligentes en Colombia y a última hora estar conversando en el directorio de AmCham Chile. Pero, por sobretodo en este tiempo hemos ganado eficiencia y una nueva manera de forjar una mayor cercanía con colaboradores y clientes que antes no habría podido siquiera imaginar. Lo humano ha prevalecido y creo que esa es una gran lección. Y la tecnología increíblemente ha contribuido a esa conexión, a habilitar negocios, a llevar los colegios y la educación a las casas, a agilizar las consultas médicas y a trabajar desde cualquier lado.

¿Qué consejo le darías a las mujeres que van camino a liderar sus propios equipos de trabajo?

Que trabajen con un convencimiento absoluto de sus capacidades. Que crean en ellas. Que sean apasionadas y descubran su propósito en la vida. Que no tengan miedo a levantar la voz y a pedir lo que quieren y creen que merecen en el ámbito profesional y que busquen una red de apoyo que pueda ayudarlas a conseguir sus objetivos.

Las empresas necesitamos su talento, el trabajo y las oportunidades en tecnología están y estamos esperando a esas mujeres empoderadas que son capaces de transformar el mundo con creatividad e inteligencia sin límites.

ORACLE®



Somos un fondo de capital privado de gestión patrimonial con un enfoque en inversión inmobiliaria (activos residenciales y comerciales). Contamos con grandes inversiones en el sector inmobiliario mexicano, a través de nuestro socio estratégico **INMOBILIARE&Co**

BIG^o
CAPITAL

Ciudad de México +5537074933 info@bigcapital.com.mx

bigcapital.com.mx





Camilo
Cruz

Ser líder es asumir la responsabilidad total por nuestro éxito

Sin un minuto de retraso, Camilo Cruz se para frente a la pantalla de su computadora para comenzar la entrevista. Tiene la agenda llena, entre muchas otras cosas escribe su nuevo libro "Toda crisis es la semilla de un éxito mayor", entretanto, dice, siempre puede apartar un tiempo para hablar sobre el liderazgo, tema que le apasiona y que le ha permitido convertirse en emprendedor, asesor empresarial, conferencista y autor galardonado de más de 37 obras, muchas de ellas best sellers. En instantes Camilo Cruz elimina las distancias posibles, la frialdad propia de una entrevista vía zoom -tan común en estos tiempos de pandemia- y cautiva con sus palabras, hablar pausado pero firme y su sonrisa. Porque esa es la clave, afirma este colombiano radicado hace tantos años aquí en Estados Unidos, siempre sonreír.

Camilo Cruz le habla indistintamente a presidentes, líderes empresariales y gente común sobre liderazgo. Un concepto en constante evolución, que se adapta a las necesidades que en ese momento demanda la sociedad. Pero siempre hay algo una esencia inmutable. ¿Cuál es ese ingrediente?

El liderazgo es algo que no siempre resulta fácil conceptualizar pero, eso sí, es muy fácil reconocer. Así las personas no logren definir qué es liderazgo, siempre reconocen a un líder. Lo reconocen por su actitud, por su habilidad de no dar excusas, por asumir totalmente la responsabilidad del éxito que esté sucediendo o su capacidad de ayudar a otros a ver las cosas. Yo creo que ahí es donde está la clave: ver las cosas no como son, sino como pueden ser. Esa es una de las habilidades más poderosas de un líder. Para mí, el líder es como un faro de luz que le muestra a la gente el camino hacia donde todos conjuntamente queremos llegar. Su visión principal no se limita a pensar

en sí mismo. Para quienes tienen buenas habilidades comunicativas -o carisma- resulta muy fácil lograr que otros creen en ellos. Pero eso no marca la diferencia: lo que verdaderamente hace que alguien se convierta en líder es lograr que las personas creen en sí mismas. He logrado identificar un elemento en común en quienes son líderes: han entendido que primero tienen que aceptar 100% la responsabilidad por su éxito. Y solamente así podrán luego contagiarle a otros esa misma habilidad, ayudándolos a ver las cosas no como son, sino como pueden ser. Y a creer en ellas mismas.

Vamos a invertir la ecuación del liderazgo: ¿Puede existir un líder natural, reconocido por los otros como tal, pero que aún no descubre que tiene esa vocación, ese empoderamiento interno?

La verdad es que tengo dificultad con el concepto del líder nato. Nos han metido en la cabeza que el liderazgo se da de manera natural en algunas personas solamente. Y que si tú no lo tienes, pues mira qué lástima, qué bueno que hubieras podido ser, pero no puedes hacer nada porque naturalmente a ti no te tocó. Yo no creo en eso. Todos tenemos la capacidad de desarrollar el liderazgo en nuestras vidas, convertimos en líderes. Por eso yo defino al liderazgo como nuestra habilidad para aceptar el 100% de la responsabilidad por nuestro éxito. El liderazgo no te lo da una posición o cierto nivel de antigüedad en una empresa; no lo recibes por herencia o en una rifa. No, eres líder porque has decidido que eso es lo que quieres ser, aunque lo seas solamente en tu vida, en tu salud, en tus finanzas, en tus relaciones, en tu negocio. Es importante tener eso claro. Nuestro liderazgo aflora dependiendo de las circunstancias que enfrentamos. Sin duda hay cualidades, atributos, características que nosotros asociamos con un líder: visión, buenas capacidades



comunicativas, convicción, disciplina –aunque no todos los líderes son disciplinados- persistencia, capacidad de motivar a los demás. Todas esas son habilidades que adquirimos y desarrollamos, no son talentos que parte de nuestro ADN. Hay quienes sentencian “nunca podrá ser líder porque tiene pánico de hablar en público” A ellos les digo: si hablar en público hubiera sido la varita de medición para saber qué tan lejos Camilo Cruz llegaba en la vida, pues nunca estuviera haciendo lo que hago. Cuando empecé me temblaban las manos, me ponía colorado, se me olvidaba todo. Tenemos que entender y apreciar que todos, sin excepción, podemos desarrollar esas habilidades.

¿Qué ocurre cuando el líder pierde la empatía con su entorno? ¿Es posible ser un líder individual, pero no colectivo, algo así como separar las aguas?

No quiero antagonizar contigo, pero lo cierto es que cuando miras es solamente uno. Un individuo que tenga la capacidad de influir en una colectividad es distinto, pero el líder es un individuo, por tanto es indivisible. No puede ser líder de un equipo si no comienza siendo el líder de su propia vida, de lo contrario se está engañando. La única manera de que pueda lograr un efecto, una influencia en la colectividad es que perciba su liderazgo como algo genuino, auténtico, que refleje su visión, su propósito de vida, pero siempre colocando a los demás en primer lugar. Cuando las personas lo perciben están dispuestas a dejarse influir. Pero, en el momento en que sientan que solamente está interesado en sus metas y lo que le conviene, inmediatamente se acaba su poder. El líder es un porrista, un director técnico que trabaja por y para su equipo. Vuelvo a la metáfora del faro de luz: imagina un faro en el puerto irradiando su luz. Ahora mira a tu alrededor: también hay gente, barcos, nubes, un inmenso mar y el faro es apenas un elemento más, chiquitito, comparado con toda esa abundancia que existe. Sin embargo, desde esa pequeñez, desde ese rincón donde está, es el faro con su luz quien guía a esos barcos de manera segura hacia el puerto.

Ahora, parafraseando una de sus frases favoritas: ¿Cómo hacer que

esas cosas sucedan, por ejemplo, dentro del ámbito laboral? Tal vez es buena idea que los líderes refresquen algunas notas básicas.

El líder tiene que desempeñar distintos papeles al mismo tiempo, si quiere traducir en acciones concretas la claridad de los objetivos que se trazó su equipo. Sigue siendo líder, eso no cambia, pero también se pone el sombrero de administrador, de gerente. Debe tener una visión a largo plazo mientras atiende las necesidades del día a día. Para hacerlo es fundamental desarrollar y aplicar ciertas destrezas que conducirán a ese camino, lograr que las cosas sucedan. La primera de ellas es delegar. Un buen líder admite que no puede hacerlo todo. Se equivoca quien erróneamente cree que la mejor manera de mostrar su liderazgo es asumir la postura del “me tocó a mí, voy a tener que hacerlo yo porque sino nadie lo hace”. Lo que está demostrando es que no confía en las habilidades de los demás, sino en su propia capacidad, vulnerando una regla de oro del liderazgo: lograr que las cosas se hagan a través del esfuerzo de todo el equipo. Segunda destreza necesaria: Reconocer las habilidades y los talentos de cada miembro de su equipo para sacarle el mejor provecho colectivo a todos los recursos disponibles. En la época de las cavernas los equipos eran pequeños y el objetivo era bien claro: comer, sobrevivir al final del día. El que era jefe era el que mejor visión tenía. Nadie le cuestionaba sus decisiones o se quejaba de no poder avanzar; todos estaban de acuerdo por una sencilla razón, porque al final del día había comida para todos. En la actualidad los equipos son terribles, enormes y todos tienen los mismos títulos. Se deben sentir espectaculares, pero compitiendo todo el tiempo. Se perdió el concepto de mirar la colectividad, trabajar como equipo y es necesario retornar a ese axioma fundamental de que cada quien representa al equipo y lo que le sirve a uno, le sirve a todos.

No quiero cerrar esta entrevista sin que hablemos del 2020. Muchos han preferido decir que ese año ni siquiera existió. Otros lo asocian con oportunidades. ¿Qué lecciones quisiera Camilo Cruz que las personas asocien con el 2020 y el liderazgo?

Sabes, estoy trabajando en un nuevo libro “Toda crisis es la semilla de un éxito mayor” y está basado en el 2020. Porque una de las cosas que hizo el año pasado por todos nosotros fue crear situaciones que potencialmente podemos identificar como oportunidades para crecer, conocernos mejor, explorar otras áreas de nuestra vida, incluso aprender a reconocer otras habilidades que no conocíamos. Nos dio una oportunidad espectacular obligándonos simplemente a que la viéramos. Por mucho tiempo las personas sabíamos qué debíamos hacer o las empresas cuáles procesos implementar para obtener mejores resultados; sin embargo no nos atrevíamos porque implicaba mucho riesgo y no era necesario asumirlo porque podía terminar peor. El 2020 nos quitó todas esas excusas y nos dijo, ¿sabes qué? O lo haces o lo haces. Nos mató todas las vacas –a las excusas las llamo vacas- y nos dijo: ¡dale!. Ante eso teníamos dos opciones: cruzamos de brazos y no hacer nada -como le pasó a mucha gente que sigue dormida esperando volver a la normalidad para asumir su responsabilidad- o hacer lo que teníamos que hacer, entender la crisis como una oportunidad para aprender algo positivo. Siempre digo que hay tres maneras de salir de una crisis: mejor de lo que entraste, peor o igual. Si esas son las tres opciones que tengo, definitivamente no quiero salir peor. Y salir igual en realidad significa que estoy peor, porque el mundo siguió avanzando y me quedé atrás. La única opción que vale la pena es buscar salir mejor. Qué puedo aprender de esta situación de manera que, en otro momento pueda responder mejor ante escenarios similares. El 2020 nos enseñó a reconocernos, descubrir de qué madera estamos hechos y cómo respondemos ante situaciones que la vida nos presenta. Entendiendo que las crisis no son castigos divinos ni reprimendas del destino. Suceden porque son parte de la vida. No será ni la primera ni la última, pero solamente nosotros somos los que sabemos cómo podemos salir de situaciones mejor de lo que entramos a ellas. Y esa es una lección fundamental de liderazgo.

Si quieres cambiar el mundo, toca una vida

Por: Ana Margarita Velásquez – Directora Ejecutiva, Fundación ROFÉ

Ingeniera Industrial, con maestría en Administración de Empresas, con 20 años de experiencia laboral en el sector privado, en segmentos del área comercial, en mercadeo y finanzas. Hace 4 años decidió hacer su transición de carrera para trabajar de lleno en generar impacto social en las poblaciones más vulnerables. Es co-fundadora de la Fundación ROFÉ, organización que lidera desde inicios de 2018. Es fellow Acumen, organización global dedicada a combatir la pobreza. Mamá, esposa, emprendedora social.



Yo nací en la ciudad más bella de Latinoamérica. Un paraíso rodeado de mar, palmeras, brisas cálidas. Una ciudad que recibe más de 10 millones de turistas al año, y que representa casi el 5% del PIB nacional. Es la mayor economía de la costa Caribe... paradójicamente el 29% de su gente vive en condición de pobreza, y 1 de cada 7 habitantes sobrevive con menos de USD\$1,25 al día.

Me aproximaba a mis 40 años cuando pude ver de primera mano las condiciones precarias en las que vive un sector de mi ciudad: vi los arroyos de aguas negras cruzar frente a sus casas hechas de tablas, vi la angustia de tantas mamás, con sus bebés descalzos caminando por la tierra sucia, con decenas de moscas a su alrededor... pensando en cómo darles su próxima comida. ¡Fue aterrador!





Fundación ROFÉ

- Impulsamos ideas de impacto social -



Pero a la vez fue el mayor motor para tomar la decisión de retirarme del sector corporativo- después de 20 años de una carrera ‘exitosa’ en las telecomunicaciones - y dedicarme de lleno a aportar a la transformación de nuestro país.

Esta condición de desigualdad que vive Cartagena refleja la realidad de toda Colombia, y de gran parte de América Latina. Esta brecha tan grande genera fenómenos sociales que limitan las oportunidades de los jóvenes de romper los ciclos de pobreza en el que nacieron, y vivir dignamente. Quiero invitarlos a que intenten por un momento ponerse en sus zapatos; en los zapatos de Rodrigo, un niño que a los 8 años de edad su mamá le dijo: ‘a partir de ahora tendrás que salir por tu cuenta y ganarte tu sustento, porque yo no te lo puedo dar’. Era la misma edad que tenía mi hijo en ese momento... y sentí escalofríos sólo de imaginarme en la situación de tener que decirle esas palabras.

A Rodrigo lo conocí cuando ya tenía 21 años, mientras cumplía una sentencia de 6 años en un Centro de

Atención Especializada - bajo custodia del ICBF. Cuando lo conocí y vi su carisma, su empuje, y sus ganas de vivir una vida digna, decidí trabajar por él y por todas las personas a los que la vida les había limitado las opciones. Y así nació la Fundación ROFÉ – Toca una Vida.

Rodrigo no es el único... al igual que él hay millones de personas que no cuentan con las condiciones mínimas para poder forjar un futuro digno. Todos los factores de oportunidad juegan en su contra, y ni siquiera se creen merecedores de una vida próspera. La tasa de desempleo en jóvenes ha superado el 30%, limitando aún más sus posibilidades de profesionalizarse y conseguir un trabajo estable. En paralelo, tan sólo en Colombia hay más de 7.1 millones de mujeres cabeza de hogar sin ocupación.

A raíz de esto decidimos que nuestro foco se centraría en brindar oportunidades, transfiriendo un ‘kit de herramientas’ a poblaciones vulnerables para facilitar su activación económica. En 2018 desarrollamos el

primer programa integral de formación para el trabajo y el emprendimiento para brindar a nuestros beneficiarios experiencia y conocimiento, aumentando sus posibilidades de conseguir empleo o iniciar sus propios emprendimientos, y contar con suficientes recursos para estudiar una carrera- proyectando así un futuro digno para sí mismos, para sus familias, y sus comunidades.

En 2019 desarrollamos nuestro primer programa orientado al desarrollo de software, el cual llamamos Jóvenes creaTivos, un programa que genera oportunidades de trabajo y crecimiento económico a las poblaciones vulnerables proporcionando habilidades blandas y duras en emprendimiento y desarrollo de software, aumentando sus ingresos familiares al viabilizar sus posibilidades de trabajar – como empleados y/o emprendedores. Facilita los recursos para su profesionalización teniendo en cuenta que la educación “es el principal factor de equidad, movilidad y desarrollo social de un país”. Igualmente, busca disminuir la brecha de desigualdad de



género, empoderando a las mujeres con su participación en el sector TI, donde son minoría.

Trabajamos con jóvenes que provienen de las comunidades más deprimidas, mayoritariamente estratos 1 y 2, cuyo ingreso promedio de las familias es inferior a 2 SMLV. Al mismo tiempo, conociendo de cerca las necesidades y dolencias del sector privado, utilizamos este programa como vehículo para contribuir a la formación de talento humano en la industria TI y que se conviertan en dinamizadores de la economía.

El programa Jóvenes creativos® es innovador, desde la transformación interior del ser, cuyo objetivo es potenciar la confianza en sí mismos, la autodeterminación y la esperanza de un futuro digno, proyectando cada beneficiario su vida, por medio de la educación, la profesionalización y el trabajo digno. De este programa ya han sido más de 200 los beneficiarios.

En 2021, seguimos explorando nuevas acciones de impacto. En este año ya hemos avanzado sustancialmente en el desarrollo de un

programa dirigido a mujeres cabeza de hogar, a raíz del efecto tan desgarrador que ha tenido la pandemia del Covid-19 en los avances realizados en equidad de género durante las últimas dos décadas. Mujeres ROFÉ permite atender necesidades de las mujeres en cuatro frentes:

- Red: Conexión con otras mujeres, dar y recibir apoyo intelectual y emocional. Un espacio de solidaridad, de fortalecimiento y de crecimiento personal.
- Oportunidades: Acceso a oportunidades de vinculación a becas, programas, asociación con otras mujeres y oportunidades laborales.
- Formación: Cursos y talleres para convertirse en emprendedoras exitosas y desenvolverse en el entorno del emprendimiento.
- Emprendimiento: Asesorías, mentorías y canales de acceso a recursos económicos para cristalizar sus ideas de negocio.

Mujeres ROFÉ es un espacio de empoderamiento para fortalecer su

independencia emocional y financiera y crear referentes positivos para las niñas de generaciones venideras.

El equipo gestor de Fundación ROFÉ es de esencia emprendedora; la formación y la gestión organizacional son nuestra especialidad. Tenemos una amplia experiencia con éxito en programas virtuales, trabajando con población diversa. Contamos con conexiones dentro del sector privado, con empresas y profesionales, que siempre están dispuestos a sumarse a estas iniciativas, para compartir su experiencia.

Hemos descubierto en nuestro modelo de intervención, que le da mucha fuerza al emprendimiento, es la forma como consideramos que podemos suscitar un cambio positivo en nuestro entorno, facilitando oportunidades de trabajo para los menos favorecidos, y empoderándolos para que forjen su futuro dignamente.

A veces pensamos que para cambiar el mundo debemos hacer algo majestuoso, y en realidad no es así. Si quieres cambiar el mundo, toca una vida.

SOLUCIONES PARA INDUSTRIA Y MINERA



SEGURIDAD



HERRAMIENTAS



ABRASIVOS



SOLDADURA



IZAJE



SUJECIÓN Y
ACCESORIOS
NEUMÁTICOS



GRASAS Y
LUBRICANTES



MATERIALES
ELÉCTRICOS



RECUBRIMIENTO



EQUIPOS DE
MEDICIÓN

Tel: 392-0202
ventas@protek-corp.com
www.protek-corp.com



Protekc corp

PROTEK
CORP

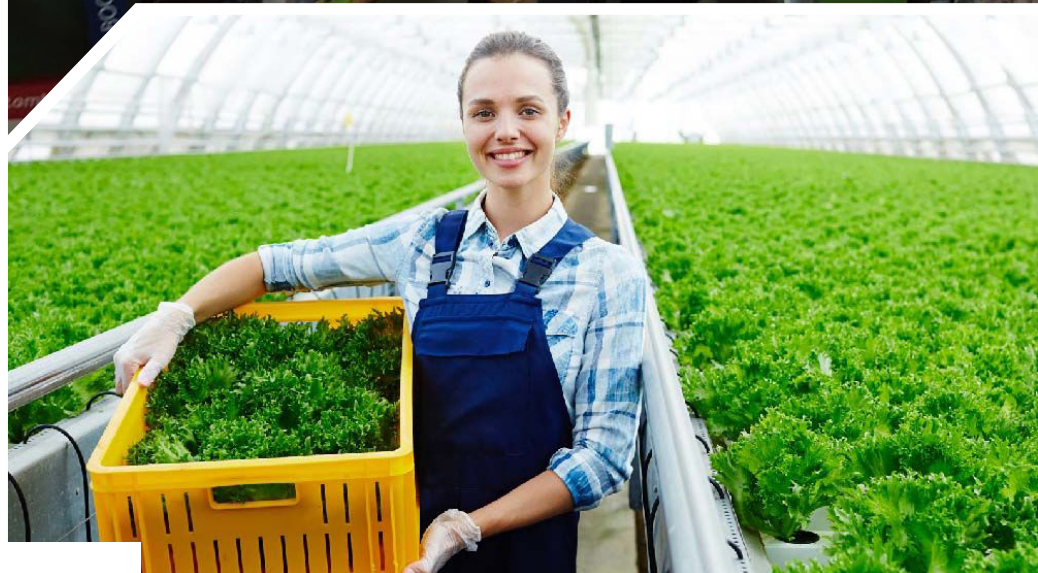


CONGRESO INTERNACIONAL AGROPECUARIO

NOV 25
2021
PLAZA MAYOR - MEDELLÍN

Innovar en procesos de producción, cosecha, transformación, logística y comercialización en el sector agro, será determinante para cubrir las necesidades de la población creciente, en la que se obliga al agricultor a evaluar caminos para aumentar la calidad y cantidad de los alimentos. Afrontando, además, problemáticas como: el cambio climático, la disminución de tierras agrícolas y la disponibilidad limitada del agua.

Para lograr cumplir con los requerimientos de la agricultura moderna se deben implementar nuevas estrategias que den como resultado la reducción de alimentos que se desechan, el aumento de la producción y productividad de nuevas fuentes y materias primas más eficientes, haciendo uso de **tecnologías de información**, robótica y adecuación de espacios y suelos para la obtención de alimentos con cualidades específicas que aporten al mejoramiento de la **salud y cubran las necesidades alimentarias de la población**.



EXPO
AGROFUTURO
2021

NOVIEMBRE 24•25•26
PLAZA MAYOR • MEDELLÍN • COLOMBIA



EXPO AGROFUTURO

DIGITAL 

2020 AGO 19/21

EN EXPOAGROFUTURO.COM

LA REINVENCIÓN DEL AGRO

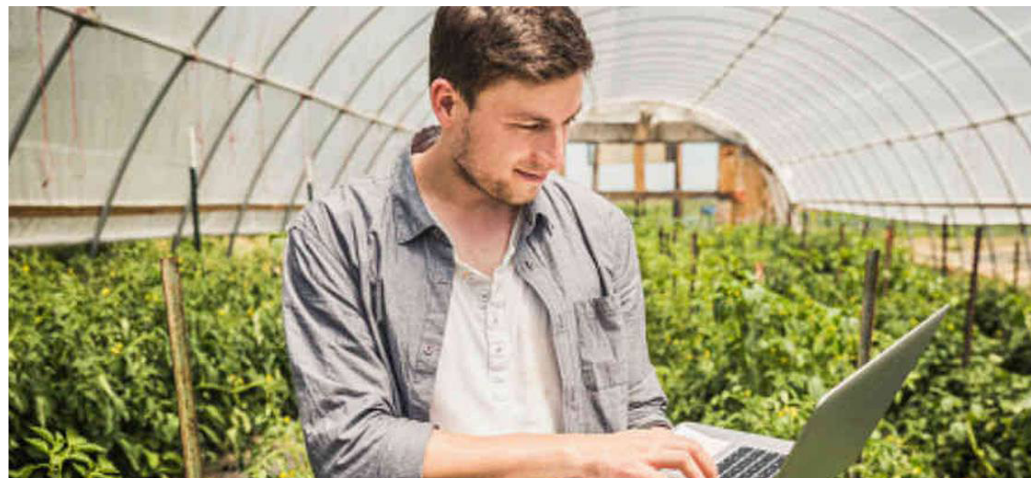


#ExpoAgrofuturoDigital

En el XIII Congreso Internacional Agropecuario se mostrará una visión de un sector más sostenible y amigable con el medio ambiente.

En el que el conocimiento extenderá la invitación para transformar la agricultura tradicional y convertirla en un sector no solo más competitivo, sino también adaptado a las necesidades de cada uno de los agentes de la cadena, aprovechando las nuevas tecnologías.

El Congreso Internacional Agropecuario busca motivar, educar y empoderar a los diferentes productores colombianos y mundiales a ser líderes del cambio, enfocando su labor en desarrollar una agricultura innovadora, eficiente, rentable, basada en el consumidor y mucho más responsable con el medio ambiente.





Ubicado en Washington DC EL CIELO: PRIMER RESTAURANTE COLOMBIANO EN RECIBIR ESTRELLA MICHELÍN

Abril trajo muy buenas noticias al mundo gastronómico colombiano y muy especial al chef y propietario de El Cielo, Juan Manuel Barrientos, al ser incluido en la Guía Michelin 2021 y convertirse en el primer restaurante colombiano en recibir tal distinción.

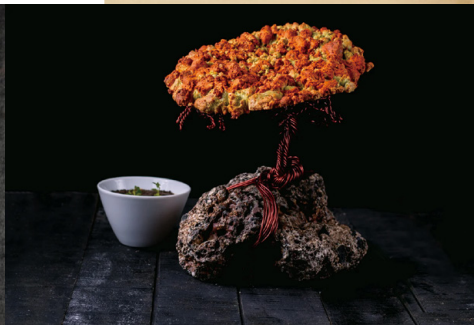
Este ambicioso proyecto abrió sus puertas hace pocos meses en la capital estadounidense, Washington DC, en el Union Market District, en medio de la terrible pandemia que azota al planeta, la que sin duda ha generado crisis en diversos aspectos; pero Barrientos y su equipo tomaron el riesgo y hoy en día ve compensado su esfuerzo con la máxima distinción que otorga la afamada Guía gastronómica.

El Cielo Hospitality agrupa a doce restaurantes y bares, ubicados en Medellín, Bogotá, Miami y Washington DC, siendo reconocido por su oferta gastronómica de comida colombiana,

en la que mezcla experiencias llenas de creatividad. Recetas exquisitas, fantástica presentación de los platos y porciones adecuadas, son algunas de las características que resaltan en El Cielo y que sin duda lo hicieron merecedor de la estrella.

Comenta Barrientos que durante los primeros meses, el restaurante El Cielo alcanzó 10% de la utilidad proyectada originalmente, lo que se tradujo en la consolidación de su otro gran proyecto: su nuevo y lujoso hotel en Medellín.

Como es sabido, las estrellas Michelin se conceden desde 1936 y son otorgadas por la compañía automotriz homónima, como una forma de calificar a los restaurantes de acuerdo a la calidad, creatividad y cuidado que tienen con los platillos que sirven en sus establecimientos.





5TO. LUGAR EN RANKING MUNDIAL “FOOD & WINE” PARA EL CHATO

Cada año, la revista especializada en gastronomía Food & Wine publica el ranking de los mejores restaurantes a nivel mundial, dictamen emitido por la experta en gastronomía Beshia Rodell, quien visita los restaurantes más destacados en los cinco continentes para compartir su veredicto. Sin embargo, 2020 fue un año excepcional y por causa de la pandemia, Rodell había visitado Australia, Nueva Zelanda, América Latina, el Caribe y estaba a punto de iniciar su recorrido en Norte América, cuando tuvo que finalizar su ruta.

Tratando de solventar este obstáculo, Food & Wine publicó una lista algo limitada, en la que el punto resaltante es el restaurante colombiano El Chato, donde Rodell quedó muy sorprendida con varios platos, entre los que resaltó el combinado de cangrejo con aguacate, cilantro y jícama fermentada funky, y las mezclas de hongos shiitake con pino, miel y polen de abeja, quedando en el 5to. lugar en la lista de los mejores del mundo.

Su propietario, Alvaro Clavijo, asegura que recibe el reconocimiento en un buen momento y aunque el restaurant continúa cerrado al público como parte de las medidas expresas de bioseguridad, es un premio a la constancia, a querer hacer las cosas siempre mejor.

Comenta Clavijo que antes de cerrar, la operatividad del restaurant sufrió un gran ajuste temporal, ya que de atender a cientos de comensales a diario, se vio obligado a asumir el servicio de delivery, a variar algunos de sus platos para dar paso a menús un poco menos elaborados y a precios más económicos, lo que no impidió ser catalogado entre las mejores ofertas gastronómicas mundiales.

El chef propietario de El Chato dice que se preparó para regresar a Colombia y de nuevo iniciar un emprendimiento, pero no imaginó que en estas condiciones tan especiales, su restaurant podía estar entre las mejores cocinas del mundo.

En los primeros lugares quedaron Momofuku Seiōbo en Sídney, Australia, dirigido por el chef Paul Carmichael, originario de Barbados; Pasture en Auckland, Nueva Zelanda; en la tercera posición Fleet en Australia; el cuarto puesto Lasai ubicado en Río de Janeiro, Brasil y el quinto, que entre otras cosas es de los pocos latinos, El Chato.

Indicó Beshia Rodell que con la industria hotelera mundial en crisis, parecía más importante que nunca reconocer a los chefs y restaurantes que realizan un trabajo de calidad, con constancia y tesón en todo el mundo.





LA FÁBRICA DE ANIMACIÓN COLOMBIANA QUE YA CONQUISTA MÁS DE 5 PAÍSES

Logró facturar en el último año más de 820 millones de pesos y promete crecer en un 60 % en el 2021.

Mambostudio.tv es una productora audiovisual que se consolida como uno de los mayores exportadores de animación del país y que gracias a su innovadora propuesta logró facturar en el último año más de 820 millones de pesos y promete crecer en un 60 % en el 2021.

Sin lugar a dudas, las industrias creativas ganan cada día más protagonismo en Colombia. Según datos del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), este sector genera en la actualidad cerca de \$30 billones anuales y se espera que para el 2022, aporte alrededor de \$32,1 billones al Producto Interno Bruto (PIB) del país.

De hecho, el crecimiento que han tenido las empresas de este sector, le han permitido a muchas exportar sus ideas o apuestas de innovación a otros países y demostrar que la creatividad 'made in Colombia' tiene mucho que aportar al mundo de la cultura, la publicidad y el marketing en el planeta.

Tal es el caso de Mambostudio.tv, una revolucionaria plataforma y productora audiovisual creada por un joven caleño, que gracias a su participación en reconocidos proyectos en Estados Unidos, Canadá y otros países, hoy se consolida como uno de los mayores exportadores de animación del país.

“Hemos pasado de facturar 600 mil pesos en 6 meses a sobrepasar los 800 millones en un año”, cuenta Juan Manuel Duque, fundador de esta empresa que debido a su propuesta única de

animación, en la actualidad suma un historial de más de 600 videos realizados y una serie de proyectos galardonados por entidades gubernamentales y organizaciones de la industria audiovisual.

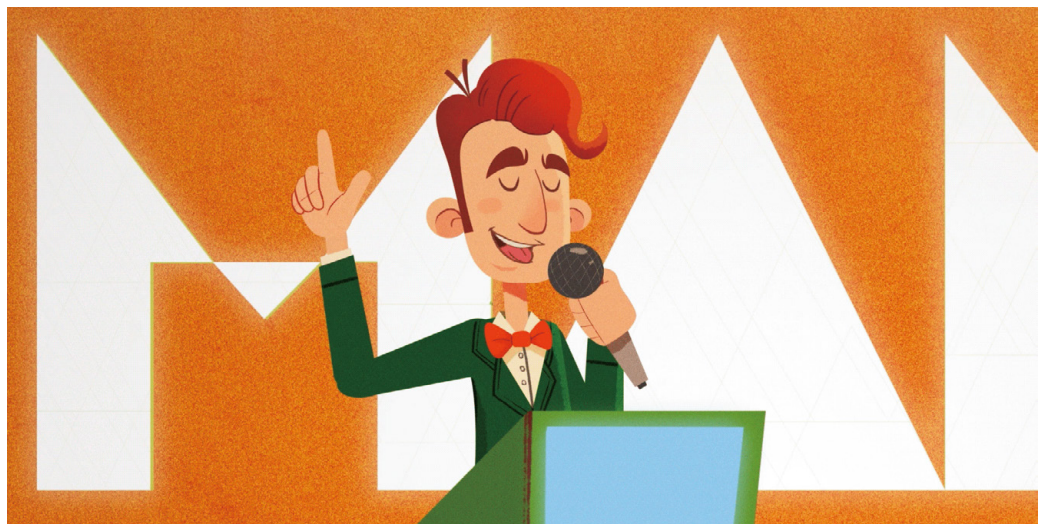
Ejemplo de ello es el premio Telly Awards de Estados Unidos que recibió en el 2019 en la categoría “Mejor video animado para redes sociales”, donde la empresa fue reconocida por su campaña “Scan the street for wheels and Feet”, que fue desarrollada para el Departamento de Transporte de Massachusetts y que tenía como objetivo generar conciencia en los conductores sobre el respeto hacia los peatones y ciclistas en la vía.

“Si bien el mundo de la animación es desconocido para muchos, este cada día gana un espacio en el ecosistema empresarial debido a los valores que ofrecen sus formatos y los sentimientos que puede generar en usuarios finales”, añade Duque.

Además de trabajar contenidos de marca con reconocidas empresas de la talla de 7up Guatemala, Mambostudio.tv también ha desarrollado campañas sociales con el Boston Children Hospital, el centro médico más grande de Boston (E.E.UU.), la Cruz Roja Internacional en Panamá y el Departamento de Defensa Nacional de Canadá.

Esta productora liderada por Duque, quien en el 2019 fue elegido por la organización Cali Creativa como uno de los 50 talentos de esa ciudad y que en el último año logró facturar más de 820 millones de pesos, proyecta cerrar el 2021 con un crecimiento del 60 % y un registro de ventas superior a los 1.400 millones.

Además, planea aumentar su operación en las principales capitales de Colombia, especialmente en Bogotá y Medellín, y conquistar otros países del mercado anglosajón tales como Australia y Gran Bretaña.



Innovación disruptiva basada en la dignidad humana.

Verne Ventures es el primer laboratorio de innovación disruptiva basada en la dignidad humana, especializado en asesorar a empresas y organizaciones para que alcancen el máximo valor para todos; y en invertir capital humano en proyectos en etapas tempranas que tengan el potencial de transformar al mundo.

Escríbenos a hola@verneventures.com para comenzar hoy.



VERNEVENTURES.COM



LIDERAR ES JUGAR JUEGOS GRANDES

Por: Arianna Martínez Fico

Consultora de Cabecera, coach y conferencista internacional, con más de 20 años de experiencia acompañando personas y organizaciones en sus procesos de transformación.

Hablar de liderazgo es un gran desafío, se ha dicho y escrito tanto al respecto que es difícil no caer en lugares comunes. Para mí, liderar es un juego serio, el de atreverse a crear mundos a los que otros quieran pertenecer o, dicho de otra manera, de inventar juegos en los que muchos quieran jugar.

Para los humanos -como especie gregaria- el juego nos es inherente como forma de convivir, desarrollarnos, generar cultura, expresarnos y, muy especialmente, aprender.

El Covid19 vino a enrostrarnos cómo el estado del arte en medicina, lo que sabíamos y había funcionado en el pasado, fue insuficiente para evitar una pandemia de dimensiones globales. Lo que no podemos permitirnos es no aprender. Un mundo cada vez más frágil, líquido, complejo, no lineal e incomprensible, demanda del liderazgo la invención de nuevos juegos, el cuestionamiento de las reglas y prácticas con las que hemos venido jugando, así como la capacidad de inspirar juegos relevantes -de esos que dejan huella bonita en el mundo y aportan valor a sus stakeholders-, y generar las condiciones para que florezcan jugadores talentosos, atrevidos, autónomos, poco convencionales, que estén dispuestos a dejarse la piel en la cancha por el solo placer de jugar. Esos, a los que Simon Sinek (inspirado en la distinción de James Carse) llama los juegos infinitos, en contraposición a los juegos finitos.

En los juegos finitos los jugadores se conocen, hay reglas fijas y un objetivo

acordado que, al ser alcanzado, acaba el juego. Siempre hay ganadores y perdedores, y existe un principio, un desarrollo y un fin. Ajedrez, fútbol, tenis, son ejemplos de juegos finitos. Los juegos infinitos, al contrario, son jugados por jugadores conocidos y desconocidos, no hay reglas exactas o acordadas, puede haber algunas normas que rijan el comportamiento, pero dentro de los márgenes los jugadores tienen libertad para actuar como quieran, incluso romper las reglas. Tienen horizontes temporales infinitos y como no hay un fin práctico del juego, no se puede ganar, el objetivo principal es seguir jugando y perpetuar el juego. La familia, la amistad, la carrera profesional son juegos infinitos donde no hay vencidos ni vencedores, no se puede llegar primero, el gran juego es estar en el juego. Sinek sostiene que el juego empresarial es claramente infinito ya que no es posible conocer a todos los jugadores, en cualquier momento aparecen jugadores nuevos y cada uno define sus estrategias, no hay reglas fijas, así como tampoco principio, desarrollo y fin. Siendo infinitos, muchas veces nos jugamos con mentalidad finita el juego de la vida, del amor, de los negocios como si fueran juegos de ganadores y perdedores.

Si buscamos entender algunas historias de éxito de empresas como Apple, Netflix, Amazon, Google, Starbucks, nos daremos cuenta de algunos puntos de coincidencia: empezaron como microemprendimientos, no hay recetas (lo que funcionó para algunas, no funcionó para otras), lograron mirar anomalías donde otros veían normalidad, irrumpieron en el mercado con una oferta disruptiva que se hacía cargo de dichas anomalías, experimentaron y se equivocaron y aprendieron de ello, se cayeron y levantaron varias veces, sus líderes estaban absolutamente enfocados en el juego que estaban jugando y, lo más importante, lo lograron en equipo.

No creo que existan fórmulas para desarrollar el mindset del juego infinito,

pero me atreveré a mencionar algunos componentes que considero esenciales:

- Consciencia, atención plena para poder mirar más allá de lo obvio, escuchar lo que subyace o quiere emerger y poder distinguir qué tipo de juego estamos jugando.
- Profundo amor a las generaciones futuras. Conexión con un propósito noble.
- Capacidad de inspirar y convocar a otros en la co-construcción de un proyecto trascendente.
- Humildad para aprender con otros y de otros.
- Abrazar la incertidumbre como parte de la aventura de la vida. Asombro y curiosidad.
- Cultivar redes y más redes colaborativas.
- Disrupción para salir de la complacencia cómoda y atreverse a desafiar el statu quo.
- Construir comunidades/equipos virtuosos, en los que prevalezca la confianza, el aprendizaje y la colaboración. Los juegos grandes se juegan con otros.
- Agilidad como capacidad para moverse y cambiar de dirección rápidamente y con flexibilidad para aportar más valor.
- Valentía, saber cuándo y cómo usar el poder para hacer lo correcto que no siempre es lo más placentero, gratificante en el corto plazo o popular.

La vida clama a gritos, especialmente en las organizaciones de América Latina, un liderazgo disruptivo que convoque juegos más grandes que nosotros mismos, esos por los que estamos dispuestos a entregar la vida en el juego.



LA CONDICIÓN DE LÍDER ES UNA MARCA PERSONAL

Por: Dr. Vladimir Estrada

PhD. Académico, Mentor profesional internacional, Consultor de Marca Personal. Embajador de la Red Global de Mentores en la República Dominicana, Escritor y Blogger.

El liderazgo es uno de los conceptos más estudiados de la historia humana: no es posible imaginar la evolución de nuestra especie ni nuestro avance como sociedad, desde la prehistoria hasta hoy, sin la existencia de líderes.

Pero este artículo no analiza historia, sino liderazgo. Preguntémosnos algo: ¿Qué condiciones deben existir para que surja y se manifieste un líder?

La respuesta, si bien sencilla, es atemporal y trascendental: seres humanos compartiendo un contexto, un momento y una situación determinada, cuyas evoluciones requieran determinado grado de dirección. En principio, no hace falta nada más, porque todo lo demás dependerá del contexto, el momento y la situación.

Según cuáles sean estos, habrá retos que vencer, sea para mantener o para transformar: de ahí nace una misión y unos objetivos. En función del grupo humano, sus características, y la cultura del contexto, existirá individualmente cierto sustento moral, intelectual, profesional, experiencial y espiritual para los comportamientos y desempeños: esos son los valores, que podrán ser compartidos de acuerdo al consenso y al compromiso que se logre establecer acerca de ellos. Y también con base en el ser colectivo y sus aspiraciones, se visualizará un horizonte de logro hacia el cual transitar como grupo en un plazo dado, necesariamente conectado con aspiraciones clave de los individuos que lo integran: esa será la visión.

Entre otras acciones, el líder deberá catalizar y guiar el surgimiento de expresiones colectivas y consensuadas de estas categorías (el proyecto organizacional), y el surgimiento o reforzamiento de los

motivos asociados a ellas (motivación); la generación colectiva e individual de los compromisos necesarios para materializarlas (implicación); la asunción de las creencias y los valores compartidos como el modo colectivo correcto de ser y obrar (cultura organizacional); el trazado de las rutas hacia el éxito (estrategias); el avance del grupo hacia sus metas (ejecución); la modelación práctica del nivel esperado y la inspiración para lograrlo (mentoría y ejemplo personal); el seguimiento sistemático al proceso y su mejora continua (supervisión desarrolladora); y la aplicación del sistema de consecuencias, con base en los resultados y la contribución de cada quien (gestión del talento y del cambio).

En cada una de estas áreas de acción e impacto, el líder deja huellas propias, asociadas a dos elementos diferentes, pero muy conectados: autoridad e influencia. Como he planteado antes, “La influencia es la acción atrayente, estimulante, motivadora, generadora de adscripción, movilizadora, y eventualmente transformadora que ejerces sobre tus públicos de modo creciente, según vas cumpliendo la promesa implícita (y/o explícita) en tu propuesta única de valor. La autoridad es el ascendiente que te ganas ante tus públicos (escucha activa y constante, respeto, valoración positiva, confianza, distinción, preferencia, admiración, seguimiento, defensa y promoción de tu marca) mientras la cumples, y sobre todo, tras haberla cumplido” (Estrada, 2020). Y si hace bien su trabajo y va cosechando los frutos esperados, durante el desarrollo de esta espiral virtuosa irá creciendo y consolidándose en la mente colectiva del grupo una convicción: él o ella es la persona adecuada para conducirlos al éxito.

Tal poderosa combinación de autoridad e influencia, con su mutuo y progresivo reforzamiento, va deviniendo el concepto que representa al líder en cada una de esas mentes. Marca y se posiciona en ellas como la persona a creer, seguir y apoyar, a quien acudir por soporte práctico y emocional, en quien confiar y con quien comprometerse por las metas de todos y de cada uno, ante quien rendir justa cuenta por los resultados, y de quien esperar siempre el estímulo y apoyo práctico, refuerzo motivacional y compañerismo necesarios para producirlos, avanzar y crecer.

Según el Diccionario de la RAE, marcar es dejar huella moral en otras personas. Y

como ha sido demostrado durante las dos últimas décadas, las personas dejamos una marca única a nuestro alrededor, basada -desde el modelo con que la trabajamos-, en tres dimensiones clave: lo que somos como personas y profesionales, lo que hacemos en nuestros comportamientos y desempeños, y lo que logramos (resultados) combinando las dos anteriores. Todo ello genera y constituye la marca personal que somos, la cual produce un determinado impacto en nuestro entorno humano; y dependiendo de diversos factores, evolucionará a trascendencia.

Como seguro aprecias, esa es también la lógica del liderazgo. Así funciona la condición de líder; así nace, crece, impacta, transforma, y puede trascender, la marca personal que es todo verdadero líder.

Pero hay un “detalle”. Cada persona es diferente a otras, y cada grupo, distinto a otros grupos. Inclusive, una misma persona o grupo pueden ser y actuar diferente en momentos y situaciones distintas, según lo que estas les demanden, y las necesidades que ellos deban satisfacer para generar sus respuestas. Y en cada caso, el líder deberá apoyar tal generación (y su puesta en práctica), de acuerdo a las necesidades y características de la persona o del grupo, no de las suyas; en otras palabras, debe adaptarse al contexto, nunca forzarlo a que se adapte a él.

Porque el liderazgo es un acto de servicio a los demás, prolongado en el tiempo hasta ser un proceso. Y la inteligencia adaptativa, que debe caracterizar al líder tanto como la emocional y la social, propicia que su marca personal de liderazgo emerja e impacte a partir del modo en que él se adapte y actúe como servidor genuino del grupo al que lidera, y que sea una entidad única, dinámica, pertinente a la evolución de las circunstancias que durante ese tiempo se presenten.

¿Conclusión? Obvia. Como he expresado antes, es imposible ser un líder sin marca personal, porque la condición de líder es una marca personal.

¿Sabes si es la tuya?



🌐 <https://profesorestrada.pro/>

✉ Dr.VladimirEstrada@protonmail.com

📍 ¡Global!



UN LÍDER... ¿NACE O SE HACE?

Por: Ing. Rosangela Rodríguez Garrido
CEO Programa "Escribe tu libro en 70 días"

Si, lo sé, este siempre será un dilema igual al de quien fue primero: ¿el huevo o la gallina? Hay textos y artículos que han dedicado miles de palabras para tratar de desenmarañar este enigma y, hasta la fecha, no se llega a una clara y concisa conclusión, pero si se hacen aproximaciones importantes en torno al impacto del líder en cualquier ámbito de su vida y la de quienes le rodean.

Cuando uno observa líderes políticos que han dejado una profunda huella en sus países y en el mundo, lo primero que debería hacer es investigar qué hizo ese líder para llegar a tener ese nivel de influencia, cómo logró construir ese liderazgo, si fue causal o situacional y si su permanencia estuvo relacionada al desarrollo de sus habilidades para transformar la realidad y mejorar la vida de sus liderados o solo a la circunstancia de tener el poder de las armas para usarlas a su favor.

Podría mencionar varios líderes que tuvieron el mismo poder en sus manos y cuyos logros se diferencian solamente, por el bienestar y progreso que generaron o el malestar y atraso en el que sumergieron a sus países. En este caso, estimado lector, sé que tienes en tu mente a varios ejemplos de uno u otro modelo, pero lo importante aquí es saber si ese líder nació líder o se hizo a punta de experiencias o estudios.

Lo mismo ocurre con líderes empresariales y/o emprendedores. ¿Estos nacen o se hacen? Suele suceder que, si por fortuna nos toca trabajar en una empresa

de corte familiar, es común ver que los hijos de los dueños serán los próximos gerentes o jefes, en cuyo caso, muchos gozan de ese privilegio no solo porque familiarmente les toca, sino porque desde niños han visto la empresa como parte de su vida y además se dedican a estudiar y formarse para ello, siendo así unos líderes excepcionales. Pero aquí también existen aquellos que llegan a esos cargos, no tienen la más mínima idea de cómo liderar y el cargo lo desempeñan desde la misma perspectiva del líder que usa sus armas contra el pueblo que lo eligió, es decir, se transforma en un líder autocrático y coercitivo porque no posee ni la ascendencia ni el carisma, los conocimientos y las herramientas para sumar intereses que promuevan en sus liderados la necesidad de crear valor con su trabajo.

Cuando reflexiono sobre este punto del líder que nace o el líder que se hace, al final siempre llego a la misma conclusión: efectivamente hay líderes que nacen y podemos verlo en los niños que desde pequeños llevan la voz campante en las actividades grupales. Son esos niños que asumen la responsabilidad de guiar, de hacer el trabajo más complicado, de organizar y, lo más importante, de hacerse responsables de los resultados. Ahora bien ¿qué pasa con estos niños más adelante?, si efectivamente era un líder, este niño seguirá formándose, incorporando experiencias a su vida desde el liderazgo intuitivo que fue forjando y se ocupará en fortalecer su línea de ascendencia sobre los demás con herramientas cada vez más avanzadas. Si su liderazgo fue circunstancial en la niñez, lo más probable es que se diluya y olvide.

En consecuencia ¿qué pasa entonces con los líderes circunstanciales o situacionales?, sí, esos que por una situación extrema deben asumir un liderazgo para el que no estaban preparados, por ejemplo, estos líderes que llegan al poder en algunos países a través de golpes de Estado y luego se niegan a entregar el poder o, por ejemplo el caso de los supervivientes de los Andes, donde algunos de sus sobrevivientes tomaron decisiones de vida o muerte

y, a partir de allí, decidieron formarse formalmente para transitar el camino de influir sobre los demás positivamente.

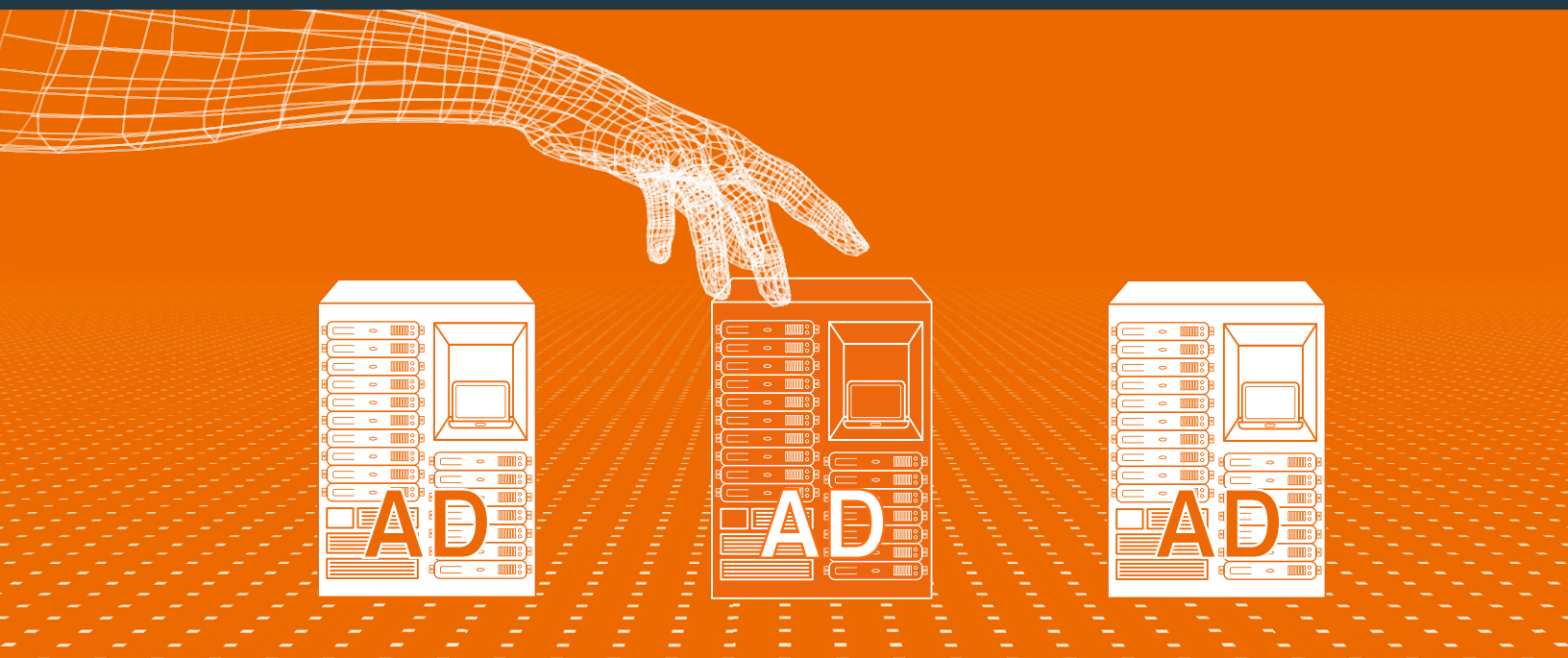
¿Cuál es la diferencia entre uno y otro? Y, definitivamente la respuesta es: la formación consciente para convertir realidades a partir del conocimiento, lo que les llevará, cada vez más, a buscar mejor información para cumplir su objetivo de transformar la vida de otros.

Un aspecto fundamental, no solo de los líderes sino también de cualquier persona, es que solo será capaz de dar lo que tiene dentro de sí, es decir, nadie es capaz de transformarse ni transformar si no posee los conocimientos y herramientas para hacerlo. Dos personas expuestas a un mismo acontecimiento tendrán mayor o menor capacidad de respuesta satisfactoria dependiendo del cúmulo de experiencias, información y resultados que hayan manejado a lo largo de su vida. Esto quiere decir que, si esta persona nació con el don del liderazgo, pero no se ocupó de fortalecerlo, difícilmente tendrá más herramientas que quien decidió formarse, estudiar, vivir experiencias de liderazgo y tener éxitos y fracasos.

Una invitación interesante que te haría para el cierre de mi artículo, sería que visualizaras en tu mente los líderes que voy a nombrarte y pienses si nacieron, si se hicieron o si nacieron y continuaron haciéndose a lo largo de sus vidas y cuál fue el resultado final de su paso por el planeta... ¿Te animas?, aquí vamos: Nelson Mandela, Steve Jobs, Adolf Hitler, Jeff Bezos, Papa Juan Pablo II, Margaret Thatcher, Ernesto "Che" Guevara, Walt Disney, Joseph Stalin, Oprah Winfrey, Marcelo Odebrecht, Madre Teresa de Calcuta.

¿A quiénes incluirías tu?

FINALMENTE, UNA FORMA EFICAZ DE PROTEGER EL DIRECTORIO ACTIVO



Evita que los atacantes obtengan la información del Directorio Activo.

Prevenir de manera confiable el acceso de un atacante al Active Directory (AD) es fundamental. Desafortunadamente, el AD es un sistema complejo y, por naturaleza, no es fácil blindarlo. El desafío se complica aún más cuando se consideran los ataques internos.

La solución ADSecure de Attivo Networks hace lo que ningún otro control de seguridad puede hacer al:

- Ocultar eficientemente los objetos reales del Active Directory
- Detectar las consultas maliciosas iniciales contra el AD y bloquearlas
- Devolver información errónea para interrumpir el ataque.
- Capturar la telemetría y la intención de los atacantes

Todo esto se logra sin tocar el Active Directory de producción ni interferir con las operaciones habituales. Obtenga más información sobre ADSecure y regístrese para una prueba gratuita de 90 días escaneando el código de abajo.





LOS CONEXUMIDORES Y SUS DIEZ CARACTERÍSTICAS CLAVES

Por: Andrés Silva Arancibia

Speaker en 20 países. Fundador de Flumarketing.com. Profesor visitante en Universidad Complutense de Madrid. Estratega digital, Autor y Consultor.

experiencia de cliente realmente es lo más importante para ellos.

Demandantes de atención, contenido y productos personalizados.

Los clientes ahora esperan más que un compromiso personal, también exigen compromiso en el momento adecuado, en el dispositivo correcto y con el mensaje correcto. También esperan una experiencia omnicanal verdadera e integrada. Esta forma de compromiso de próximo nivel introduce una era de lo que se conoce como “personalización extrema”, donde la experiencia del cliente superará al precio y al producto como el diferenciador clave de la marca.

Comparadores experimentados e inteligentes.

El escenario de la compra ha cambiado. El conexumidor diariamente convive con una multitud de marcas y productos, y dispone de tecnología digital que le permite estar conectado con acceso a información en todo momento. Este fenómeno ha modificado las reglas del juego. Ahora el poder ha pasado de la empresa al cliente. Los conexumidores son consumidores altamente informados, experimentados, todas características que los hacen ser más inteligentes y experimentados en sus compras.

Buscadores de comodidad

Con más compradores que prueban la experiencia en línea, los minoristas deben invertir más en la entrega a domicilio, porque la tendencia es hacia conexumidores cada vez más cómodos en sus compras. Las evidencias indican a los conexumidores como personas que están dispuestas a buscar y pagar por comodidad. No es una casualidad entonces que estemos siendo testigos de un enorme desarrollo en inteligencia artificial, robótica, 5G e internet de las cosas, todas tecnologías que harán de nuestras vidas mucho más cómodas de lo que podemos hoy imaginar.

Tienen un corto intervalo de tiempo de atención.

Según un estudio realizado en 2015 por Microsoft, la capacidad de atención de una persona promedio se redujo a ocho segundos, un segundo menos que la de un pez de colores. En una era de opciones ilimitadas, los conexumidores han desarrollado métodos muy agudos

para defenderse contra la sobrecarga de información. Se han vuelto altamente selectivos al contenido. Si bien esto podría significar que prestan poca atención (ocho segundos), al contenido que filtran, también significa que se involucran significativamente más tiempo con el contenido que dejan entrar. Por esta razón podemos ver maratones de varios días de series en Netflix.

Demandantes de rapidez en la atención y disponibilidad del producto.

La necesidad de velocidad fomenta nuevas e inteligentes formas de ofrecer un excelente servicio al cliente. Vivimos en un mundo acelerado y los clientes demandan un servicio mucho más rápido que en el pasado. Sin ir más lejos, la tolerancia de los conexumidores a los tiempos de espera es cada día más baja. Si no obtienen lo deseado dentro de sus plazos, fácilmente se cambiarán de proveedor.

Premiadores de las marcas que superan sus expectativas y los sorprenden.

Proporcionar una gran experiencia al cliente no es suficiente en estos días. La empresa de hoy tiene que ser capaz de superar las expectativas del conexumidor. Compañías como Amazon, Apple y Netflix siempre están intentando superar sus límites para así sorprender a sus clientes.

Valoran los procesos que son fáciles e intuitivos.

Hacer de la experiencia de usuario una gran experiencia, implica también centrarse en la facilidad de compra. Lograr que sea tan fácil como sea posible para que la gente compre desde una aplicación. Mientras menos pasos tomen los usuarios para comprar desde una aplicación, más fácil será el proceso de compra y más probable será que regresen y vuelvan a comprar.

Son hiperconectados y tecnológicamente dependientes.

Los conexumidores en promedio superan las 7 horas diarias de dedicación a su teléfono inteligente. Las personas en todo el planeta son altamente dependientes de la tecnología y están mucho más conectadas que antes, y las compañías se ven obligadas a encontrar nuevas formas de captar la atención de sus clientes a través de medios digitales.

La vida de los “nuevos consumidores” (conexumidores) no se entiende sin internet, pues usan canales digitales como web, blogs, chats, redes sociales y móviles para consumir contenido, relacionarse con las marcas y finalmente ejecutar una transacción comercial. Por tal motivo, comprender, conectar y relacionarse con los conexumidores es lo que por estos días ocupa a las empresas líderes en sus industrias. A continuación, se describen las diez características claves de los conexumidores:

Innovadores y adoptadores tempranos de bienes y servicios

La mayoría de los conexumidores son innovadores o adoptadores tempranos. Los conexumidores clasificados como innovadores dependen menos de la persuasión verbal de otros. Tienen un mayor nivel de conocimiento, confianza e interés en el producto. Los innovadores son los primeros clientes en probar un nuevo producto. Son, por naturaleza, tomadores de riesgos y están entusiasmados con las posibilidades de nuevas ideas y nuevas formas de hacer las cosas. Los adoptadores tempranos siguen a los innovadores. No asumen tantos riesgos como los innovadores y tienden a tomar decisiones más razonadas sobre si participar o no en un producto en particular.

Críticos y exigentes sobre el desempeño de las marcas y sus productos

Los conexumidores han elevado significativamente los estándares mínimos de desempeño de las compañías. Como clientes son exigentes. Los conexumidores esperan una buena experiencia cliente. Además, viven en una cultura del comentario, lo que significa que la



CONVERSAR ES LA MEJOR ESTRATEGIA PARA LIDERAR EN TIEMPOS DE CONTINGENCIA

Por: Gabriela Ibañez

Consultora Internacional y Coach Ontológico Senior, con más de 12 años de experiencia acompañando a líderes y organizaciones en sus procesos de transformación.

Tal como nos dice Rafael Echeverría: “todo lo que pasa en una organización, pasa en una conversación, y todo lo que falta, falta en una conversación”, la calidad de los resultados de los líderes también depende de la calidad de conversaciones que logra tener, este espacio se ha visto afectado en el manejo continuado durante meses de la situación de contingencia que estamos viviendo.

Algunos síntomas que encuentro en los líderes y equipos con los que me ha tocado trabajar son: sensación de soledad, cansancio por exposición de pantallas o doble rol simultáneamente (laboral y familiar), dificultad para desarrollar contextos de confianza, exceso de reuniones, y otros. Un factor común que resalta en todos los puntos se debe a que estamos “haciendo” todo el día. Con el confinamiento hemos perdido los espacios que antes aparecían orgánicamente para conversar de otros temas, esas conversaciones informales de café en las que contábamos como nos sentíamos, esos almuerzos para compartir sueños, o simplemente esos encuentros para retroalimentar lo que acabábamos de vivir en una reunión o proyecto.

Para poder sostener estas nuevas formas de trabajo a distancia, las que al parecer llegaron para quedarse, o contener a aquellos que a pesar del confinamiento tienen que salir a trabajar con miedo, incertidumbre o angustia, es importante que los líderes logren priorizar en sus agendas espacios que convoquen a escuchar su entorno.

Algunas conversaciones que recomiendo a los líderes con los que trabajo y considero relevantes prestar atención y propiciar son las siguientes:

Conversaciones para establecer relaciones y acuerdos de funcionamiento: es decir invitar de manera individual y de equipo a sus colaboradores a redefinir los acuerdos de funcionamiento

para esta nueva realidad, cambiar las reglas de juego, incorporar a los nuevos integrantes.

Conversaciones de bienestar: Tal Ben Shahr profesor de Harvard nos dice: “si siempre callas y te guardas lo que piensas para no molestar terminaras siendo una persona invisible o una persona comparsa”. Es clave para liderar aprender a generar espacios para mostrar lo que piensas y sientes, así como igual de importante generarlos para escuchar a tus colaboradores, pares, y entorno. Que todos se sientan visibles e importantes genera pertenencia y compromiso.

Conversaciones de construcción de futuro: es relevante tener claridad y sentido de hacia donde vamos, y esto es responsabilidad del líder, ¿Cuál es la meta y sueño al que estas convocando a tu equipo?, ¿Cuál es el aporte a tus clientes y comunidades?, son estas conversaciones en las que logras sumar a todos a esta visión y construyes con ellos la forma de lograrlo.

Conversaciones de cierre de relación: hay relaciones y vínculos que perduran a las circunstancias. Puede ser incomoda y dolorosa esta conversación, pero transitarla con respeto y cuidando la dignidad personal de ambas partes hace que marques la diferencia como líder, en aquellas circunstancias donde debes culminar relaciones sea cual sea el motivo de termino. Esto además aportara bienestar y confianza en el entorno.

Te invito a que como líder cuides los espacios para gestionarte a ti mismo y pedir ayuda, en la medida que garantices tu satisfacción personal y bienestar podrás brindar mejores espacios conversacionales y desarrollar mejores relaciones con tu entorno laboral y personal. No existen conversaciones difíciles, se hacen difíciles algunas conversaciones para ti. Aprender a tenerlas te convertirá en un mejor líder y en una persona más feliz.

Durante los últimos meses los líderes se han visto en la necesidad de cambiar formas y estructuras de trabajo, muchos de estos cambios son respuestas a las demandas para sostener las operaciones y servicios que ofrecen sus organizaciones en medio de las medidas de sanitarias a partir del Covid 19, y no una respuesta a sus sueños y aspiraciones de generar mejores entornos de trabajo y alcanzar las metas que se plantearon.

Es muy variada la forma en la que esto ha ocurrido en diversas organizaciones, observamos por una parte aquellas que cuentan con increíbles programas digitales de video llamada, seguimiento de reuniones, beneficios adaptados a la nueva realidad, entre otros. Por otro lado, seguimos viendo las que continúan haciendo todo igual, la única diferencia es que lo hacen conectados a través del computador. Están también las que aplicaron medidas el año pasado y han ido peligrosamente normalizando la situación sin hacer nada adicional. Y finalmente aquellas que siguen acudiendo a sus lugares de trabajo y solo aplicaron medidas sanitarias en traslado y espacios físicos de su infraestructura, entre otras.

En todos los casos es común que sus líderes en medio de el exceso de reuniones, la cantidad de toma de decisiones y su propio cansancio olviden lo más importante, es decir, cómo se sienten ellos mismos, sus colaboradores y stakeholders en general.



Formación
en
emprendimiento

Mujeres
ROFÉ 



Fundación ROFÉ
- Impulsamos ideas de impacto social -



Formación
en
tecnología



¡Si quieres
cambiar
el mundo,
**toca una
vida!**



Síguenos



www.tocaunavida.org



¡ RED SOCIAL PROFESIONAL PARA COMPARTIR Y ENCONTRAR PUBLICACIONES DIGITALES !



Convierte presentaciones, textos, catálogos, libros, revistas, álbumes y mucho más, en **publicaciones digitales** con experiencias inmersivas que **podrás publicar y compartir** en FEGO, e incrementa la audiencia de tus contenidos presentados de forma profesional.

Ingresa hoy a **WWW.FEGO.DIGITAL** y forma parte de una comunidad de contenidos con gran variedad de tópicos de acuerdo a tus intereses

Siente el confort y la seguridad
que te ofrece un líder



Daikin, #1 en el mundo en soluciones
de aire acondicionado y climatización

Las soluciones HVAC de Daikin satisfacen todas
las necesidades de pequeños y grandes negocios.
La tecnología innovadora para el control centralizado
o individual de las unidades y su eficiencia energética,
marcan la diferencia.

