FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

COLOMBIA

@RevistaFactordeExito Revista Factor de Exito @RevistaFDE
www.revistafactordeexito.com

Federico Hederich

Managing Director Affinitit Smart Digital

Talento y Tecnología: liderando el cambio

- **Pablo Londoño**
  Reclutador Ejecutivo y Coach de Marca Personal
  Liderando el Cambio en la Era de Transformación Digital
- **José Manuel Echeverri**
  Vice Presidente de Recursos Humanos Gildan
  Liderazgo en la Era Digital
- **Andrés Felipe Zuluaga**
  Gerente de búsqueda de nuevas soluciones Claro Colombia
  Transformación impulsada por innovación y talento
- **Andrés Felipe Gómez**
  General Manager Andean Region (Colombia - Perú - Chile - Argentina)

LARIMAR
CITY & RESORT
Un paraíso tropical
donde tu inversión
no solo está protegida,
sino que crece
a un impresionante
10%
anual
Eso es Larimar City:
garantía segura y
rentabilidad en un
entorno de ensueño.
Invierte hoy y
observa cómo tus
ganancias florecen
en el corazón del
Caribe
Los pagos realizados en la fase de construcción están cubierto por una póliza de seguro garantizando la seguridad de la inversión. La rentabilidades se han calculado en función de las condiciones de mercado actuales por lo que las rentabilidades finales podrán variar en función de las condiciones del mercado, la oferta y demanda en la zona y otros factores externos.
www.larimarcity.com
¿Quieres invertir?
más información

e·tech
Evolving Education
SUMMIT & EXPO

#ETECHEVENT

La educación más allá de la tecnología.

26, 27 Y 28 DE SEPTIEMBRE

Centro de Convenciones Puebla, México

www.etechevolvingeducation.com

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial Factor de Éxito

En esta edición de Factor de Éxito, nos enfocamos en dos temas que están en el corazón del liderazgo empresarial y de negocios en la actualidad: la gestión de talento y la transformación digital. Según un estudio del BID, los gobiernos de América Latina y el Caribe deben invertir en talento humano para impulsar la transformación digital y satisfacer las demandas de servicios públicos digitales de sus ciudadanos. El estudio, publicado en el libro "Transformación Digital y Empleo Público: el Futuro del Trabajo del Gobierno", muestra que la mayoría de los gobiernos de la región se han centrado en aspectos tecnológicos y normativos, descuidando la inversión en talento humano.

Las áreas de Recursos Humanos se enfrentan a nuevos desafíos que afectan directamente a los colaboradores, como su bienestar, capacitación, salud y productividad. En medio de la transformación digital, los ambientes laborales están cambiando y muchos empleados están buscando nuevas oportunidades. En 2020, se dice que la región perdió más de 50 millones de puestos de trabajo por fuga de talentos.

Una nueva investigación reveló que el 71 por ciento de las empresas en Latinoamérica están preocupadas por la escasez de talento cualificado en esta era de avances tecnológicos. Sin embargo, la transformación digital también ofrece oportunidades para conocer mejor a nuestros equipos y aprender a delegar y confiar en sus capacidades, habilidades, conocimiento y destrezas.

En esta edición exploramos cómo nuestras empresas pueden enfrentar estos desafíos y aprovechar las oportunidades que ofrece la transformación digital para mejorar la gestión del talento. Esperamos que encuentren útiles e interesantes los contenidos que hemos preparado para ustedes.

La falta de capital humano puede frenar el ritmo de transformación digital de los gobiernos y empresas, reduciendo su capacidad de utilizar las tecnologías para mejorar la eficiencia y la eficacia. Por lo tanto, es importante invertir en la capacitación y desarrollo del talento para facilitar la transición hacia el gobierno y la empresa digital.

La transformación digital está teniendo un impacto significativo en la gestión del talento en Latinoamérica. Las empresas y gobiernos deben invertir en el desarrollo del capital humano para aprovechar las oportunidades que ofrece la transformación digital y mejorar su capacidad para atraer y retener talento cualificado. La transformación digital puede ayudar a las empresas a conocer mejor a sus equipos y aprender a delegar y confiar en sus capacidades, habilidades, conocimiento y destrezas.

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

VISIBILIDAD Y EXPOSICIÓN INTERNACIONAL
PARA MAYOR COMPETITIVIDAD

APUNTA Y ACCEDE A TODAS NUESTRAS EDICIONES

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

contenido

La transformación digital es un "deporte de equipo"

pág. 12 **Federico Hederich**
Managing Director Affinitit Smart Digital

interview

Liderando el Cambio en la Era de Transformación Digital

pág. 20 **Pablo Londoño**
Reclutador Ejecutivo y Coach de Marca Personal

interview

Liderazgo en la Era Digital

pág. 24 **José Manuel Echeverri**
Vice Presidente de Recursos Humanos Gildan

interview

Transformación impulsada por innovación y talento

pág. 30 **Andrés Felipe Zuluaga**
Gerente de búsqueda de nuevas soluciones
Claro Colombia

interview

Transformación Digital y Liderazgo en Hasbro

pág. 38 **Andrés Felipe Gómez**
General Manager Andean Region
(Colombia - Perú - Chile - Argentina)

pág. 58 **III Conversatorio**
Integración de los recursos energéticos y mineros con enfoque en la gestión responsable

directorio

Revista Factor de Éxito Colombia
Número 10, Año 2

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

Dirección Administración y Finanzas:
Isabel Cristina Rolo Figueroa

Comité Ejecutivo:
Héctor Rolo - Isabel Figueroa de Rolo
Andrés García - Isabel Cristina Rolo Figueroa
Arianna Rolo Figueroa

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo y Ventas:
Arianna Rolo

Directora de Comunicaciones Internacionales:
Jacqueline León

Directora de Comunicaciones:
Siddhartha Mata

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Periodistas:
Isamar Febres
Magnolia Sánchez
Baudy Dávila

Coordinadora de contenidos:
Tina Pérez

Asesor comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Eimy Pimentel

Contenidos web:
Roberto Rolo

Content Manager:
Gabriela Alfonso

Diseño y Diagramación:
Luis Gota
Daniel Gota

Webmaster:
Juan Rebolledo

Portada:
Federico Hederich
Managing Director Affinitit Smart Digital

Articulistas:
Lesslie Davidovich
Álvaro "Cuco" de Venegas
Ismael Cala
Rodrigo Planas
Adriana Gallardo
Fernando Véliz Montero

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

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

Congreso anual

Con la participación de más de 220 asistentes, provenientes de 25 países, el pasado 26 y 27 de junio se llevó a cabo el XXIV Congreso Latinoamericano de Fabricantes de Velas, en el hotel Hyatt Regency de la hermosa ciudad de Cartagena, Colombia.

El evento organizado por la Asociación Latinoamericana de Fabricantes de Velas (ALAFAVE) incluyó un ciclo de conferencias de formación técnica y gerencial, una expo de proveedores, reuniones de negocios y actividades sociales para fomentar el intercambio entre los presentes.

Amílcar José Lusinchi, directivo de ALAFAVE, y uno de los panelistas del evento, comentó que la cifra récord de asistentes en esta edición es una clara manifestación de la industria por querer mejorar sus procesos y adaptarse a las necesidades de un consumidor cada vez más exigente.

“Cada año los fabricantes y proveedores de la industria nos reunimos para actualizarnos sobre las innovaciones en materias primas, insumos y tecnología, discutir sobre los retos presentes y futuros que tenemos como sector y, sobre todo, apoyarnos e inspirarnos de lo que hacen otros colegas en los diferentes países. Al final, todos somos una gran familia”, destaca Lusinchi.

Se estima que las velas se originaron en la antigua civilización egipcia, alrededor del año 2000A.C., como fuente de luz. Con los años, a este uso inicial también se le ha incorporado un rol protagónico en muchas religiones y, más recientemente, también están siendo de gran relevanciacomo objetos decorativos y de ambientación con la incorporación de aromas.

Ibo Berríos, fabricante colombiano y asistente al congreso comentó: “Estoy muy satisfecho por todo lo aprendido. En la empresa queremos mejorar la calidad de nuestras velas aromáticas y he podido aclarar muchas dudas en la sesión técnica que tuvimos con el panel de expertos. De igual forma, pude conversar con proveedores de maquinarias porque queremos modernizar nuestralínea de producción de velas religiosas”.

Según estimaciones de ALAFAVE, en América Latina se consumen aproximadamente 250.000 toneladas de velas cada año, siendo México el principal productor y consumidor, seguido de Brasil, Chile y Colombia, en un mercado aún muy orientado al uso para iluminación y temas religiosos, aunque la tendencia de consumo de velas aromáticas viene en ascenso.

Para el 2024, ALAFAVE realizará su congreso anual en Cancún, México, ocasión en la que también estará celebrando 25 años de fundada. Se espera que parte del congreso sea destinado a discutir sobre sostenibilidad y medio ambiente, como parte de los retos que tiene la industria a futuro. Sin duda alguna, la vela es un producto versátil que ha sabido trascender en el tiempo y detrás hay una industria pujante que se ocupa por ser cada día mejor.

Billetera digital

Con el propósito de continuar fortaleciendo su ecosistema digital y ofrecer a sus clientes experiencias superiores, Cencosud lanza CencoPay, una billetera digital permite a los consumidores almacenar sus tarjetas en un solo lugar y realizar pagos directamente desde el celular de manera simple y segura.

CencoPay permite utilizar todo tipo de tarjetas y además, pagar desde una cuenta digital personal a la que es posible agregar saldo directamente en la app, revisar el detalle de devoluciones y pagos realizados en nuestras tiendas físicas y digitales.

Los clientes tendrán acceso a promociones exclusivas y acumular el doble de Puntos Cencosud, descargando la aplicación sin costo en App Store y Google Play.

''Hoy lanzamos CencoPay en nuestro HubCenco, junto a nuestros distintos líderes y equipos para conocer los detalles de nuestra nueva app ya disponible en supermercados Chile, Jumbo, Santa Isabel y SPID, que luego se ampliará a Easy y Paris con nuevas funcionalidades de forma gradual. Pronto llegaremos a distintos países de la región. ¡Hoy más que nunca, vamos por más!'', expresa el equipo de Cencosud.

Nueva plataforma

Visa (NYSE: V) anunció que ha firmado un acuerdo definitivo para adquirir Pismo, una plataforma de banca central y procesamiento de emisores nativa de la nube con operaciones en América Latina, Asia Pacífico y Europa, por $ 1 mil millones en efectivo.

Al adquirir Pismo, Visa estará posicionada para proporcionar capacidades de procesamiento de emisores y banca central a través de tarjetas de débito, prepagas, de crédito y comerciales para clientes a través de API nativas de la nube. La plataforma de Pismo también permitirá a Visa brindar soporte y conectividad para vías de pago emergentes, como Pix en Brasil, para clientes de instituciones financieras.

“A través de la adquisición de Pismo, Visa puede brindar un mejor servicio a nuestros clientes de instituciones financieras y fintech con soluciones bancarias centrales y de emisores más diferenciadas que pueden ofrecer a sus clientes”, dijo Jack Forestell, director de producto y estrategia de Visa.

“En Pismo, nuestro objetivo es permitir que nuestros clientes lancen pagos y productos bancarios de vanguardia dentro de una única plataforma nativa de la nube, independientemente de los rieles, la geografía o la moneda. Visa nos brinda un apoyo inigualable para expandir nuestra huella a nivel mundial y ayudar a dar forma a una nueva era para la banca y los pagos”, dijo Ricardo Josua, cofundador y director ejecutivo de Pismo.

Pismo conservará su actual equipo directivo. La transacción está sujeta a aprobaciones regulatorias y otras condiciones de cierre habituales y se espera que se cierre a finales del 2023.

Alianza estratégica

Odinsa, empresa de concesiones de Grupo Argos, y Macquarie Asset Management (MAM), el gestor de activos de infraestructura más grande del mundo, por cuenta de Macquarie Infrastructure Partners V, anunciaron la consolidación de su alianza estratégica en la nueva plataforma de inversión en infraestructura aeroportuaria, en la que cada uno cuenta con una participación del 50% y que incluye activos por cerca de COP 1,3 billones.

Cumplidas las condiciones suspensivas para el cierre de la operación ante las autoridades correspondientes, instituciones financieras, aseguradoras y accionistas de las concesiones, la plataforma inicia su operación enfocada en la gestión de Opain a cargo del aeropuerto El Dorado, en la que tiene una participación del 65%, y Quiport, a cargo del aeropuerto Mariscal Sucre, donde participa con el 46,5% de la propiedad.

Además, esta plataforma tendrá a su cargo el desarrollo de las Iniciativas Privadas (IP) que viene impulsando Odinsa en Colombia para fortalecer su competitividad.

"Para Grupo Argos la consolidación de Odinsa Aeropuertos representa la materialización tangible de su estrategia como un gestor de activos de infraestructura y el reconocimiento y la confianza que genera entre jugadores de talla global por su experiencia y capacidad gerencial y operacional", expresa Jorge Mario Velásquez, presidente de Grupo Argos y presidente de la Junta Directiva de Odinsa.

"Estamos entusiasmados por nuestro continuo crecimiento en la región a través de inversiones en infraestructura de calidad que proporcionan servicios esenciales. Esta inversión amplía nuestra valiosa asociación con Odinsa y esperamos trabajar en colaboración con los principales grupos de interés para seguir reforzando la infraestructura de transporte en la región", opina Karl Kuchel, CEO de Macquarie Infrastructure Partners.

TICs

Ecopetrol, en alianza con el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, MinTic, y Claro Colombia, realiza de manera exitosa nuevas pruebas con la tecnología 5G, para uso industrial, en la Refinería de Barrancabermeja.

Este ejercicio nos permitirá dar un paso hacia la transformación tecnológica que adelanta Ecopetrol en la búsqueda de herramientas apoyadas en las 5G, que ofrecen más cantidad de dispositivos conectados de manera simultánea en campo y ampliación en la cobertura.

"Este piloto es una muestra de cómo la tecnología 5G nos va a cambiar la vida a todos los colombianos, beneficiará a todos los sectores: ciudadanía, empresas, consumidores, los sectores de la economía y el sector público. Desde el Ministerio de las TIC estamos comprometidos con el desarrollo de Colombia para mejorar la calidad de vida y trabajo a todos y todas, por eso apoyamos todas las iniciativas que con tecnología le apunten a que nuestro país esté a la vanguardia del mundo", expresó Mauricio Lizcano, ministro de las TIC.

"La tecnología es aliada del Grupo Ecopetrol y estas pruebas lo demuestran. Agradecemos el apoyo de MinTIC por la asignación de los espectros y a Claro por su apoyo. Estas pruebas nos permiten evaluar la adherencia de la tecnología a nuestras condiciones operacionales, identificar las frecuencias adecuadas para las comunicaciones, evaluar la cobertura en las zonas de trabajo y determinar el potencial de valor que genera en nuestras operaciones", señaló Ricardo Roa Barragán, presidente de Ecopetrol.

"Como aliados estratégicos de Ecopetrol, en Claro estamos implementando soluciones industriales basadas en 5G que respondan al proceso de transformación digital y de adopción tecnológica que adelantan en su operació", afirmó Juan Carlos Archila, presidente de América Móvil Colombia.

Certificación

David Rodríguez Acuña, empleado de Drummond Ltd. desde hace más de 18 años, fue certificado por la Comisión Colombia de Recursos y Reservas Minerales (CCRR) como "Persona Competente" (Qualified Person – QP) en Estimación de Reservas Minerales con experiencia relevante en carbón a cielo abierto", siendo destacado como el número 57 del país.

"Mi certificación como QP aporta a la compañía confiablidad en la estimación de las reservas que Drummond tiene hasta las fechas contractuales de cada contrato ante el Gobierno Nacional", expresó Rodríguez.

De acuerdo a la CCRR, el registro de "Persona Competente" "fue creado para los profesionales de las geociencias que se hayan dedicado a desarrollar su carrera en funciones relacionadas con la prospección, exploración, explotación y beneficio de minerales en el territorio colombiano". Además, según los estándares de la comisión, debe ejercer desde la transparencia, materialidad, competencia e imparcialidad.

Las personas certificadas son reconocidas ante el Committee for Mineral Reserves International Reporting Standards (CRIRSCO) y la National Reporting Organization (NRO) con las cuales la CCRR establece el acuerdo de reconocimiento.

David es ingeniero de minas de la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC). Ingresó a Drummond en el año 2004 como asistente en el Departamento de Ingeniería y actualmente se desempeña como ingeniero líder de planeamiento minero a largo plazo en las operaciones mineras, ubicadas en el departamento del Cesar.

Drummond celebra la aprobación de la comisión, quien reconoce la experiencia, conocimiento en el campo y cumplimiento de los estatutos y requisitos pertinentes para la obtención de la certificación de David Rodríguez.

Estudio

Cerrejón fue una de las empresas dentro del top 30 del Índice de Inversión Social Privada en Colombia durante 2022, realizado por la firma Jaime Arteaga & Asociados y la Agencia de los Estados Unidos para el USAID. El estudio busca evaluar el esfuerzo implementado por las organizaciones del sector privado para mejorar las condiciones de vida de las comunidades y de los territorios donde operan, con inversión en proyectos sociales y ambientales.

Durante 2022, la empresa realizó una inversión social de cerca de 130.000 millones de pesos destinados al desarrollo de proyectos voluntarios y obligatorios los cuales, en su gran mayoría, fueron definidos y ejecutados en alianza con las comunidades o las autoridades locales. En lo que va de 2023, la empresa ha realizado una inversión de más de 53.000 millones de pesos en diferentes líneas de inversión como la generación de ingresos, el mejoramiento de infraestructura, el mejoramiento en salud, el acceso a soluciones de agua, el fortalecimiento de capacidades, así como de proveedores locales.

"En Cerrejón trabajamos para ganarnos la confianza de nuestros vecinos, en un diálogo transparente y de doble vía, para definir proyectos que respondan a sus necesidades, que respeten sus usos y costumbres y que se genere un sentido de pertenencia hacia estas iniciativas. De esa forma, estamos aumentando el impacto social de las obras que estamos ejecutando en alianza con las comunidades y con las autoridades locales", afirmó Luis E. Marulanda, vicepresidente de Asuntos Públicos y Comunicaciones de Cerrejón.

Federico Hederich

Managing Director Affinitit Smart Digital

La transformación digital es un “deporte de equipo”

La transformación es un proceso complejo y desafiante tanto para las organizaciones como para las personas, por lo que requiere la colaboración de todos los miembros en un esfuerzo conjunto.

Federico Hederich, Managing Director de Affinitit Smart Digital, empresa que fundó para ayudar a sus clientes a descubrir el potencial oculto de su organización, desarrollar sus capacidades y convertirlas en un valioso activo para diferenciarse y conquistar su mercado objetivo, señala que la transformación digital es un “deporte de equipo”.

“Tomemos como ejemplo la transformación de un restaurante, donde el objetivo es mejorar la experiencia de los clientes, entregando las órdenes de manera más eficiente y rápida a la mesa y, al mismo tiempo, aumentar la eficiencia de la operación evitando devoluciones y reclamos. Para asegurar el éxito de este proyecto, es necesario que el equipo de meseros y el equipo de cocina colaboren, además de contar con el apoyo de la administración del restaurante. Entonces, afirmamos que la transformación es un deporte de equipo, ya que, en nuestro ejemplo, si los meseros adoptan el nuevo sistema de elaboración de comandas, pero el equipo de cocina no lo hace, el proyecto fracasaría. Además, sin el apoyo de la administración, no contaríamos con todos los recursos necesarios”.

Este ejemplo sencillo, explica Hederich, se puede aplicar a cualquier industria, ya sea salud, transporte, manufactura, etc. “La colaboración debe extenderse no solo a los miembros internos de la organización, sino también a proveedores y clientes”, agrega.

¿Cuál es el rol de “lo humano” en el proceso de transformación digital?

En Affinitit Smart Digital reconocemos que la transformación ocurre cuando una organización adopta una nueva y mejor manera de abordar el trabajo realizado por las personas. En el fondo, son las personas quienes transforman su mentalidad, la forma en que llevan a cabo sus tareas y, en última instancia, transforman a la organización en su conjunto. Es importante destacar que son las personas quienes impulsan el cambio, no la tecnología en sí misma. La tecnología puede ser una herramienta poderosa para facilitar la transformación, pero es el cambio de mentalidad y las acciones de las personas las que impulsan el progreso y la evolución de la organización. En Affinitit Smart Digital, entendemos que el factor humano es fundamental en cualquier proceso de transformación exitoso.

¿Qué es la inteligencia competitiva que promueven en Affinitit y cuál es su importancia para los negocios?

Una de las motivaciones detrás de nuestra oferta de servicios de inteligencia competitiva en Affinitit Smart Digital radica en el hecho de que, cuando preguntamos a las organizaciones acerca de sus competidores, muchas veces recibimos respuestas vagas. No hay una diferenciación clara entre competidores directos e indirectos. Tomando como ejemplo el caso de un restaurante, las respuestas podrían ser: "todos los restaurantes de la zona" o "todos los restaurantes de comida italiana de la ciudad", pero sabemos que no siempre es así. Reflexionar sobre la competencia es un paso fundamental para el éxito de un negocio.

Por ejemplo, en el caso de un restaurante italiano, existen distintos tipos de clientes (compradores) y, en función de ellos, podríamos estar compitiendo contra restaurantes de comida saludable, especializados en carnes, de cocina griega, una pizzería a domicilio o incluso la opción de cocinar en casa. Conocer contra quién estamos compitiendo y en qué aspectos nos permite identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Cuando una persona visita una ferretería y adquiere una broca, en realidad, lo que está buscando es hacer un agujero.

La inteligencia competitiva es un proceso sistemático de recopilación, análisis y aplicación de información sobre el entorno para tomar decisiones más informadas y acertadas. Nosotros, en Affinitit Smart Digital, entendemos la importancia de este proceso y lo aplicamos para ayudar a las organizaciones a tener una visión clara de su competencia y aprovechar las oportunidades que surgen en el mercado.

¿Cuál es el desafío más grande a vencer dentro de una organización para lograr la transformación digital?

Estoy seguro de que estas características varían de una organización a otra, y los factores clave en todos ellos son: liderazgo y mentalidad. Sin embargo, podemos identificar algunos aspectos comunes:

***i.** Resistencia al cambio: Es común que las personas tengan resistencia al cambio, y esto a menudo está relacionado con la forma en que se presenta la idea. En lugar de enfocarse en la implementación de un sistema de control, es más efectivo presentar una herramienta que ayudará a mejorar el trabajo y permitirá a las personas terminar más temprano. Al resaltar los beneficios y las mejoras que se obtendrán, se puede reducir la resistencia.*

***ii.** Apoyo de la alta dirección: Es fundamental contar con el apoyo de los líderes y la alta dirección de la organización. Una mentalidad orientada a buscar nuevas formas de hacer las cosas y asumir ciertos riesgos asociados con el cambio es lo que nos permite evolucionar y transformarnos. Un ejemplo histórico de esto es el caso de los hermanos Wright, quienes asumieron el riesgo de volar y transformaron la industria del transporte y otras industrias.*

iii. *Capacidades digitales: En la era digital, es esencial que las personas desarrollen habilidades digitales. Es común encontrarse con situaciones en las que alguien tiene un teléfono inteligente pero no utiliza el correo electrónico, o alguien que usa una calculadora en lugar de una hoja de cálculo, o alguien que anota en una agenda en lugar de crear un evento en un calendario digital. Adoptar habilidades digitales requiere capacitación y forma parte de superar la resistencia al cambio.*

iv. *Trabajo en equipo: La colaboración y el trabajo en equipo son fundamentales para garantizar el flujo de información en una organización. Con la creciente práctica de la virtualidad y el trabajo remoto, mantener a las personas conectadas y colaborando representa un desafío adicional.*

v. *Liderazgo: El liderazgo desempeña un papel crucial en la transformación. Un liderazgo efectivo, que inspire, guíe y motive a las personas, es esencial para impulsar el cambio y lograr una transformación exitosa en una organización.*

Es importante tener en cuenta que cada organización es única y puede requerir enfoques y consideraciones específicas para lograr una transformación exitosa.

¿Cómo pueden las empresas garantizar que su estrategia de transformación digital sea sostenible y tenga en cuenta las preocupaciones medioambientales y sociales?

Es cierto, vivimos en un entorno VUCA (Volátil, Incierto, Complejo y Ambiguo) donde el cambio es constante y no hay garantías. Frente a esta realidad, hay tres tipos de comportamientos válidos:

i. *Documentar el cambio: Es importante reconocer y documentar los cambios que ocurren en el entorno. Esto nos ayuda a comprender y analizar las nuevas tendencias, desafíos y oportunidades que surgen.*

ii. *Sorprenderse con el cambio: Mantener una mentalidad abierta y estar dispuestos a sorprendernos ante los cambios inesperados. Esto*

implica estar dispuestos a adaptarnos y aprender de nuevas situaciones.

iii. *Generar el cambio: En lugar de simplemente reaccionar ante el cambio, es necesario adoptar una mentalidad proactiva y generar nuestro propio cambio. Esto implica ser innovadores, buscar nuevas formas de hacer las cosas y ser agentes activos en la transformación.*

Para garantizar el éxito en este entorno de cambio constante, es necesario tomar la iniciativa y hacer que las cosas sucedan. Esto se alinea con el concepto presentado por Eric Ries en su libro "El método Lean Startup", donde se plantea la pregunta de cómo crear un valor duradero que no sea erosionado por la competencia. La respuesta probablemente esté relacionada con el tercer comportamiento mencionado, es decir, generando el cambio y siendo proactivos en la creación de valor sostenible.

¿Cómo pueden las empresas asegurarse de que su transformación digital sea escalable y pueda adaptarse a los cambios en el mercado y la tecnología?

Poner al cliente en el centro de la estrategia es fundamental en el entorno empresarial actual. Es necesario obsesionarse por comprender las necesidades, deseos y experiencias del cliente para poder brindarles un valor real y diferenciado.

Para lograr esto, es importante contar con datos concretos sobre las experiencias que generamos con el cliente. El monitoreo continuo y el uso de inteligencia competitiva, y medición de experiencia, no solo NPS, nos permiten estar al tanto de lo que está sucediendo en el entorno, tanto con nuestros clientes como con la competencia. Esto nos brinda información valiosa para tomar decisiones estratégicas informadas y adaptarnos rápidamente a los cambios del mercado.

Además, es crucial contar con una sólida arquitectura empresarial, una organización ágil y tecnología adecuada para respaldar las operaciones. Esto nos brinda la flexibilidad necesaria para adaptarnos y responder rápidamente a las demandas cambiantes del mercado.

También es importante destacar el enfoque en el desarrollo y capacitación tanto en habilidades duras como en habilidades blandas. Las habilidades duras nos permiten tener el conocimiento técnico y las capacidades necesarias para llevar a cabo las tareas y operaciones, mientras que las habilidades blandas, como la comunicación efectiva y el trabajo en equipo, son fundamentales para construir relaciones sólidas con los clientes y colaboradores.

¿Cómo hacer que la transformación digital sea inclusiva y tenga en cuenta las necesidades y perspectivas de diferentes grupos de interés de la empresa: clientes, empleados y comunidad?

En cualquier estrategia de transformación, es fundamental considerar las necesidades y expectativas de los clientes, colaboradores, sociedad y el entorno en general. Si no se tienen en cuenta estas partes interesadas, no se puede hablar verdaderamente de transformación.

Los dos grandes objetivos de la transformación suelen ser mejorar la experiencia del cliente y aumentar la eficiencia operativa, pero también es importante considerar el impacto en la sostenibilidad. La transformación no se trata de ser "raro", sino de generar un cambio significativo en la forma en que las personas trabajan y en el impacto que tiene en la sociedad y el entorno.

Hoy en día, cualquier proyecto, incluidos los de transformación, debe tener en cuenta las expectativas de los stakeholders desde el inicio. Esto implica considerar las necesidades y expectativas de los colaboradores, clientes y sociedad en general para desarrollar una estrategia que sea relevante y tenga un impacto positivo.

Es importante reconocer que el cambio en una empresa puede surgir tanto por inspiración como por desesperación. Sin embargo, es en la desesperación donde existe el riesgo de descuidar a los colaboradores, clientes o incluso a la sociedad. Por lo tanto, es esencial cuidar a los colaboradores, brindarles las metodologías y herramientas adecuadas para que puedan brindar un excelente servicio al cliente.

Al desarrollar una estrategia de transformación, es importante establecer objetivos SMART: específicos, medibles, alcanzables, relevantes (retadores) y con un marco de tiempo definido. La relevancia de los objetivos radica en asegurarse de que estén alineados con el propósito de la organización, que no se trata solo de ganar dinero, sino de generar un impacto significativo y positivo en el mundo.

¿Considera que la experiencia omnicanal es clave para lograr más clientes en estos tiempos de transformación digital? ¿Cómo la omnicanalidad ha cambiado el retail?

Me gusta mucho este tema porque creo que existe una línea amplia y difusa en la definición de los términos, y es fácil confundir la multicanalidad con la omnicanalidad.

La multicanalidad se centra en los diferentes canales disponibles, como mensajería, chatbots, canales telefónicos, correo electrónico, redes sociales, puntos de venta físicos, aplicaciones móviles, entre otros. Sin embargo, cada canal opera de manera independiente, lo que resulta en silos de

información. Es común experimentar situaciones en las que cambias de canal y te piden que repitas información que ya proporcionaste, como el famoso y nunca olvidado: "¿Puede repetir su número de identificación?".

En contraste, la omnicanalidad se enfoca en el cliente, donde todos los canales están diseñados alrededor del cliente y proporcionan una experiencia fluida. Ejemplos de empresas que ofrecen experiencias fluidas en cualquier canal son Amazon y Apple. Por ejemplo, en Amazon, puedes solicitar que te llamen mientras navegas por su sitio web, y cuando te llaman, te saludan por tu nombre, saben tus compras anteriores y pueden ofrecerte soluciones personalizadas. Además, Amazon incluso integra el servicio de mensajería para brindar información sobre la última etapa de la entrega de un producto, y también se integra con Alexa.

Creo que, en América Latina, especialmente en el sector retail, todavía tenemos mucho camino por recorrer. No digo que debamos adoptar exactamente los modelos de Amazon, a pesar de que ahora muchos servicios ofrecen una membresía "prime" para cualquier cosa, ni tampoco que debamos seguir la misma estrategia que Mercado Libre o Apple. Cada empresa debe encontrar su propia identidad, basándose en las expectativas de sus clientes y ofreciendo soluciones que se alineen con su propuesta de valor.

La inmediatez es casi un requisito estándar de los clientes en la actualidad. Cuando compramos algo, queremos recibirlo rápidamente. Queremos saber dónde está nuestro paquete en cada momento y cuándo llegará. Las notificaciones de estado son parte de mantenernos informados. Por otro lado, los clientes también eligen qué productos prefieren comprar en línea y cuáles prefieren adquirir físicamente en una tienda.

En mi opinión, lo que el sector minorista debe hacer es colocar al cliente en el centro, en lugar de enfocarse solo en los productos. Al hacerlo, se vuelve relevante abordar el problema de los "carritos abandonados", y la omnicanalidad se convierte en el mecanismo para "mover a los clientes hacia la compra" con respeto y sin convertirse en acosadores.

La clave está en estudiar el recorrido del cliente y asegurarse de que la omnicanalidad lo acompañe en su viaje, en lugar de forzar al cliente a adaptarse a los canales y procesos establecidos por la empresa.

Desde 1995 cuando fundó Affinitit, ¿Cuáles han sido los grandes retos para usted y su empresa?

Enfrentar retos es parte integral de cualquier proceso de emprendimiento o de negocios, los seguirán surgiendo a medida que avanzamos. Algunos retos pueden ser previstos, mientras que otros definitivamente nos sorprenderán. Por lo tanto, es crucial estar siempre preparados y listos para afrontarlos.

Mi consejo es que te enamores del problema y no te apegues demasiado a una solución específica. En lugar de enfocarte en encontrar una solución preconcebida, sumérgete en comprender a fondo el problema que estás tratando de resolver. A veces, lo que el cliente aparentemente solicita, como un vaso de agua, no es realmente lo que necesita. En lugar de eso, puede necesitar hidratarse. Es importante desvelar, identificar y entender las necesidades reales de los clientes para brindarles soluciones efectivas.

Otro reto que valoramos mucho es mantenernos actualizados y al mismo tiempo adaptados a la realidad de nuestro mercado. No todas las tendencias o enfoques que están en auge en Europa, Asia o Estados Unidos serán adoptados de la misma manera en Latinoamérica o en Colombia. Es importante comprender cómo se traducen e implementan estas tendencias en nuestro contexto específico.

Mantener una mente abierta, ser flexibles y tener bases sólidas es nuestra mejor herramienta para enfrentar estos desafíos. Debemos estar dispuestos a desaprender para aprender, adaptarnos y estar atentos a las oportunidades que puedan surgir. Ser como un frasco abierto nos permite absorber nuevas ideas y enfoques, lo cual es crucial para nuestro crecimiento y éxito continuo.

LA GESTIÓN DEL TALENTO
EN LAS EMPRESAS

Javier Giménez Divieso

Consultor, mentor, interim manager, coach ejecutivo y equipos,
formador y conferenciante

La gestión del talento es, sin duda, uno de los temas que mayor interés despierta hoy en día en todos los medios de comunicación tradicionales y digitales, así como en el contexto empresarial.

Un interés que se ha acrecentado como consecuencia del efecto acuñado como “La Gran Renuncia” y que comenzó en EE.UU. Un fenómeno que se ha extendido ya a otros países (incluido Europa) y en el que miles de empleados están abandonando sus puestos de trabajo, como consecuencia de un descontento generalizado con sus empresas y sus líderes.

Consecuencia de ello, y de un entorno cada vez más competitivo con cambios constantes (incluido el digital), obliga a las empresas a “retener el talento” o mejor “fidelizar el talento” para afrontar estas situaciones con más éxito.

Pero, ¿cómo se consigue esto en una empresa?

Para empezar, muchas empresas confían esta responsabilidad exclusivamente al departamento de recursos humanos. Sin embargo, no todas las empresas, especialmente pequeñas y medianas, disponen de este y, además, no es del todo cierto que la responsabilidad sea únicamente de este.

En una **encuesta** que lancé recientemente en la red profesional LinkedIn pregunté a mi comunidad de 55.000 seguidores: **“¿Qué variable consideras que de mejorarse, te permitiría mejorar tu “satisfacción en el trabajo?”** Aspecto este, fundamental para mejorar el “compromiso organizativo” y que el empleado decida permanecer.

Los resultados fueron los siguientes:
1. Promoción, formación y carrera (41 %)
2. El liderazgo y el compañerismo (30 %)
3. El salario (21 %)
4. Las tareas que realizo (8 %)

Resulta, por tanto, evidente que proveer de una visión y un proyecto conjunto al empleado, la apuesta por parte de la empresa en su crecimiento y desarrollo, y la posibilidad de realizar “carrera” en la empresa, son aspectos indispensables para una buena gestión del talento en las empresas.

Ofrecer a los empleados oportunidades para desarrollar su carrera en la empresa puede garantizar:

Para el trabajador:
• Motivación para aprender, formarse, adaptarse a los cambios.
• Evaluar sus intereses, habilidades, valores.

Para la empresa:
• Que los trabajadores se queden en la empresa.
• Comunicar criterios de éxito en la empresa y crear una cultura sólida.

Se trata, pues, de vincular lo mejor posible las necesidades de la organización con las necesidades profesionales individuales.

Así pues, ¿cómo debería ser un proceso de planificación y desarrollo de carreras?

En líneas generales, podríamos concluir que existen tres fases:

1) Fase de valoración
Propia y por parte de la organización. El objetivo en esta fase es identificar las fortalezas y debilidades del empleado.

2) Fase de dirección
El objetivo de esta segunda fase, es determinar el tipo de carrera profesional que quieren los empleados y los pasos que deben dar para alcanzar sus objetivos (qué competencias).

3) Fase de desarrollo
Establecer el “match” y emprender las acciones para crear y mejorar las cualidades necesarias para futuras oportunidades laborales. Por ejemplo, a través de la rotación, mentoring, coaching o la formación.

A modo de resumen de este artículo, si quieres fidelizar a tus empleados, empieza por tener un “mapa del talento”, donde tengas definido el desarrollo actual de todos tus empleados y su potencial (evaluación 360º, cuestionarios, entrevistas, assessment center, etc.).

Así mismo, también es importante valorar tu organización y tus empleados en términos de “probabilidad de abandonar” esa persona la organización (encuestas de orgullo y compromiso) y ten en cuenta la “dificultad a la hora de reemplazar” dicha posición. Con ambas matrices tendrás una imagen clara de por dónde deberías actuar, qué planes estratégicos deberías desarrollar (promoción externa vs. interna, rotación, evaluaciones, formación, etc.).

No obstante, queda todavía mucho por realizar en las empresas y, especialmente, también en lo que se refiere al “liderazgo” y al “trabajo en equipo”, aspectos también esenciales a desarrollar, cuando se habla de la “gestión del talento”.

Por eso, y debido a que muchas empresas o no tienen los recursos y la experiencia suficiente, o no figuran estos temas entre sus prioridades, deberían pedir ayuda a expertos en la materia.

¿Viajamos juntos al éxito?

Javier Giménez Divieso

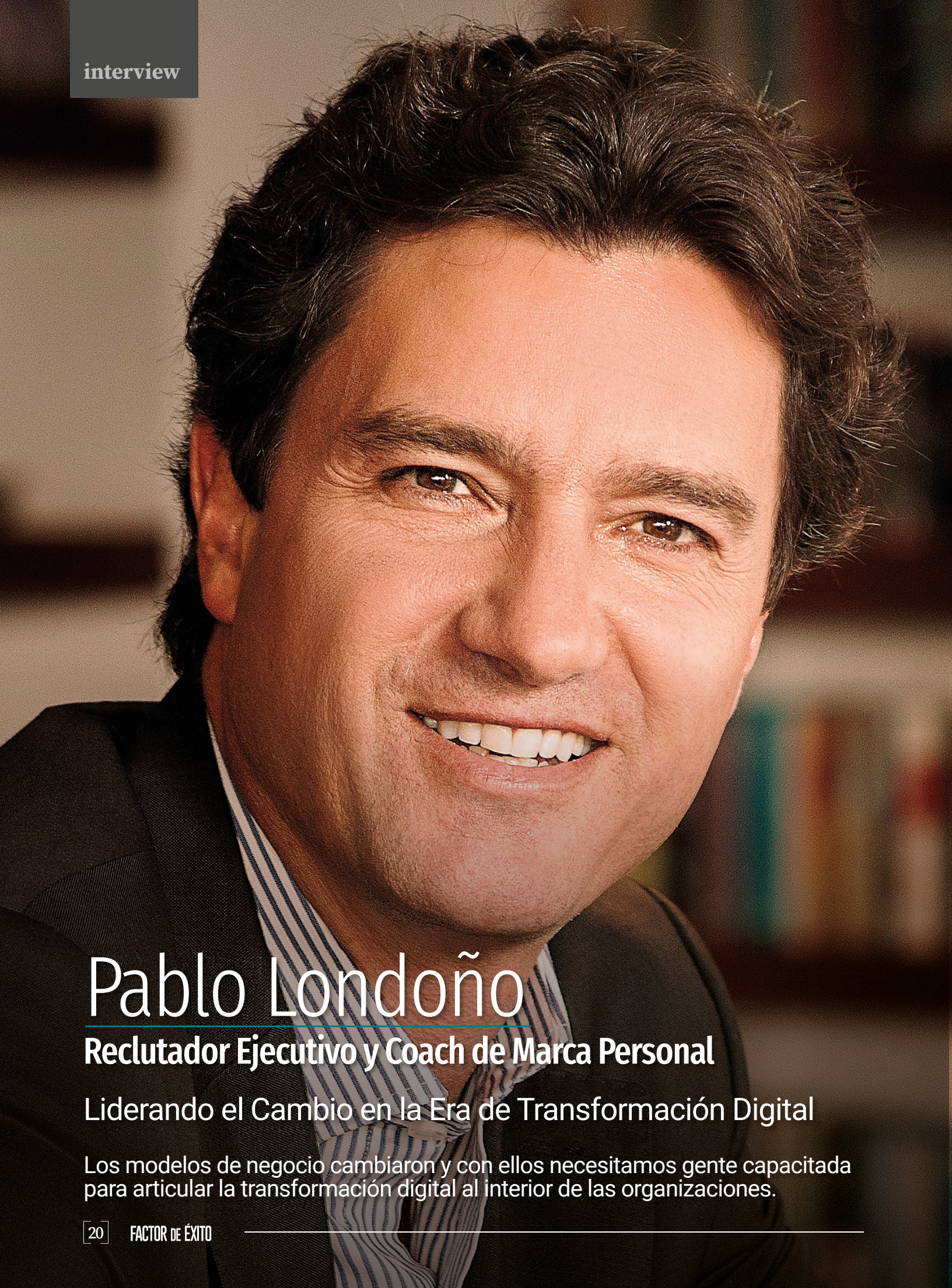
Acompaño a Profesionales, Empresas y Equipos a mejorar sus resultados, a través de la Formación, el Mentoring y el Desarrollo Personal.

Directivo con más de 20 años de experiencia liderando y gestionando empresas y plantillas grandes y pequeñas, te ofrezco mis servicios como Consultor, Formador, Mentor, Coach Ejecutivo y Equipos certificado por ICF.

Además, estoy acreditado con la Certificación Internacional The Society of NLP de EE.UU y el Dr. Richard Bandler, cocreador de la Programación Neurolingüística y con formación en Hipnosis Ericksoniana.

Soy autor del libro “Viajando juntos al éxito”. Un libro en el que descubro las claves del éxito empresarial y profesional a través de mi propia experiencia al frente de organizaciones empresariales y que tienes disponible en Amazon.

Conoce más sobre mí y mi trabajo en www.javiergimenezdivieso.com



Pablo Londoño

Reclutador Ejecutivo y Coach de Marca Personal

Liderando el Cambio en la Era de Transformación Digital

Los modelos de negocio cambiaron y con ellos necesitamos gente capacitada para articular la transformación digital al interior de las organizaciones.

¿Cómo ha sido su experiencia como Head Hunter de C-level y Coach de Marca personal y Empleabilidad en esta era de transformación digital?

Ha cambiado drásticamente nuestro trabajo. La transformación digital logró nivelar la cancha entre el talento y el empresariado. Al darle visibilidad al profesional y capacidad para administrar su marca personal apalancado en las redes, ha tenido mayor poder y movilidad que en generaciones pasadas se le había cedido enteramente a la empresa que fungía de agente de nuestro currículum. El rol de head hunter ha pasado a ser el de consultor integral (ya no nos pagan por acceso) y el rol de coach también migró a ser el de consultor de marca, ayudando a las personas a despejar la ecuación de posibilidades que hoy, afortunadamente, son variadas.

¿Qué desafíos ha enfrentado en la gestión del talento humano en el contexto de la transformación digital?

Hay dos desafíos claros: en consultoría, ayudar a las organizaciones a desarrollar su talento y adaptar su cultura para las nuevas realidades digitales. Los modelos de negocio cambiaron y con ellos necesitamos gente capacitada para articular la transformación digital al interior de las organizaciones. Del lado del hunting, el desafío ha sido identificar a las personas con mayores capacidades y destrezas y tener clara su disponibilidad ahora que están sobre demandadas. Retener este tipo de talento es un reto mayor que implica además modificar las estructuras de compensación y motivación.

¿Cómo ha evolucionado el mercado laboral en los últimos años y cómo ha afectado esto a la gestión del talento humano?

Ha cambiado mucho. El talento es hoy la columna vertebral de la ejecución de los diferentes planes de negocio. Hasta hace unos años, el capital era el recurso escaso, hoy es el talento. En esa medida, también cambió el rol del gestor humano dentro de las organizaciones. Ganó en poder, en visibilidad, en relevancia y multiplicó su trabajo. Tal vez el rol que más ha cambiado en los últimos años junto con el chief digital officer es el del CHRO.

¿Qué habilidades considera usted esenciales para tener éxito en el mercado laboral en esta era de transformación digital?

La más importante es "learning agility". La rapidez del cambio es enorme y esto implica tanto aprender como desaprender. Aquellos que no tienen al día su curiosidad intelectual y su capacidad de aprendizaje se quedan atrás muy rápidamente. La otra capacidad crítica es la de trabajo en equipo. El mercado premiaba hasta hace algunos años el trabajo individual. Hoy todo se logra en articulación con otros, con equipos, por proyectos.

¿Cómo ha sido su experiencia acompañando a las empresas a conseguir el mejor talento y a los profesionales a conseguir o cambiar de empleo?

Maravillosa. Ya son 20 años de experiencia en consultoras internacionales haciendo más de 500 colocaciones ejecutivas y más de cien procesos de acompañamiento en coaching internacional para todo tipo de profesionales. Son más de 10.000 ejecutivos evaluados en toda América Latina en casi todas las industrias. Esto me da una perspectiva amplia de lo que sucede en la región, me ha permitido conocer gente increíble y construir un network con el que converso a diario sobre sus industrias, sus economías y sus sueños personales.

¿Qué papel juega la cultura organizacional en el éxito de una empresa en esta era de transformación digital?

Como decía Peter Drucker, "la cultura se come a la estrategia al desayuno". Es tal vez el tema frente al cual más se está trabajando y más estamos apoyando. Hemos hecho infinidad de diagnósticos de cultura y transformaciones de cultura, entre otras cosas, porque las empresas se dieron cuenta de que para habilitar estrategias digitales primero hay que cambiar cultura. Los valores, los procesos, el talento y los indicadores de gestión tienen que ser cohesionados por nuevos modelos de liderazgo y para esto la mayor intervención tiene que darse en cultura interna.

¿Puede contarnos sobre su experiencia como conferencista internacional en temas como cultura organizacional, cambio, generaciones y liderazgo?

Claro. Inicié un blog sobre gerencial, liderazgo y marca personal hace más de 10 años (www.pabloalondono.com). Este blog apalancó mi visibilidad como articulista en varias revistas y luego como speaker agenciado por Hicue speakers. Recientemente, casi todo el contenido generado lo cuelgo en LinkedIn, y hace dos meses lancé un Newsletter (ADN de talento) que encuentran en mi perfil de LinkedIn. La verdad es que disfruto mucho escribir y conversar con el mercado, y estos escenarios son una plataforma increíble para aprender del mercado.

¿Cómo equilibra su vida profesional con su vida personal y familiar?

Adoro mi trabajo, pero aprendí con los años que hay que mantener bien equilibradas también el mundo personal y el mundo familiar. Soy tenista aficionado, velerista y jardinero los fines de semana, y el año pasado me escapé a hacer un sabático con mi esposa en Europa y Asia. Linda oportunidad para leer, actualizarme, escribir de otros temas, comer y tomar buen vino y caminar de la mano con quien ha sido el mejor partner de vida que ser humano se pueda soñar.

¿Qué consejos le daría usted a alguien que está buscando empleo o quiere cambiar de empleo en esta era de transformación digital?

Método. Cuando hago coaching de empleabilidad, me doy cuenta de que hay gente maravillosa con mucho para ofrecerle al mercado, pero que carece de metodología y disciplina para emprender su búsqueda. Conseguir trabajo es una ciencia que tiene un ABC. La gente lo hace por impulso, arranca con ganas, pero aborta sus procesos muy rápidamente

o los que insisten aran en terreno poco fértil simplemente porque no tienen metodología. Hay que determinar propósito, establecer un diagnóstico de capacidades, hacer mucho networking, construir contenido y compartirlo, y habilitar conexiones eficientes. No es difícil, diría incluso que es altamente intuitivo el proceso, pero ayuda mucho que alguien los acompañe.

¿Cuáles son sus planes y metas a futuro para su carrera como Head Hunter y Coach?

Como firma, tenemos un gran posicionamiento regional que nos ha permitido ser actores relevantes en el C level. Ahí nuestra expectativa es siempre ser mejores, más cercanos, más profesionales y más ágiles. En cuanto a mi rol de Coach, leo y me entreno a diario para ayudar a más gente en su proceso de cambio. Estoy por lanzar un curso online que llegue a una población más grande.

Pablo Londoño demuestra una profunda comprensión del panorama laboral en la era de la transformación digital. Su experiencia como Head Hunter y Coach de Marca Personal resalta su capacidad para adaptarse a los cambios y ayudar a otros a hacer lo mismo. Sus perspectivas sobre la importancia del talento, la cultura organizacional y la agilidad en el aprendizaje son valiosas para enfrentar los desafíos actuales. Su enfoque metódico para guiar a profesionales en su búsqueda de empleo es digno de admiración. Sin duda, su impacto en la gestión del talento humano y su compromiso con el desarrollo de equipos excepcionales son fundamentales para liderar con éxito en el entorno digital actual.

José Manuel Echeverri

Vice presidente de Recursos Humanos Gildan

Liderazgo en la era digital

José Manuel Echeverri, ingeniero industrial y ejecutivo de Gestión Humana con vasta experiencia internacional, comparte sus perspectivas sobre liderazgo en una era de transformación digital. Con más de 15 años de trayectoria en diversas multinacionales, su perfil en LinkedIn, seguido por más de 100.000 personas, lo convierte en un referente en liderazgo y gestión del talento humano. En esta entrevista, José Manuel Echeverri nos guía a través de las claves para liderar con propósito, fomentar equipos excepcionales y adaptarlos en un mundo empresarial en constante cambio.

> *" Descubriendo la belleza de la imperfección porque la perfección en el liderazgo es una utopía."*

¿Cómo ha sido su experiencia liderando equipos en diferentes países y culturas?

Ha sido todo un proceso de aprendizaje que aun continua, porque entender y adaptarte a las diferencias culturales, se convierten en un factor crítico de éxito. Cada país tiene sus propias creencias y valores, las cuales debes entender y respetar, de lo contrario crearas un nivel de resistencia tan alto que no podrás lograr los resultados.

El hecho de que en un país los resultados se consigan de manera diferente o que su método de trabajo no sea igual al mío, no significa que este mal; de hecho, es un error que cometí al inicio de mi carrera porque subestime el impacto que esto tenia en la gestión de los equipos.

De hecho, el poder gestionar con éxito equipos de diferentes países y culturas, es tal vez la mejor prueba de tu capacidad para gestionar la diversidad, la equidad y la inclusión.

Es todo un desafío y a la vez es una oportunidad única porque te permite crecer personal y profesionalmente. Si tienes la oportunidad de estar en otras culturas como líder, aprovéchalo porque es algo realmente invaluable.

En su libro, usted menciona cinco pilares fundamentales para generar un impacto positivo en las empresas. ¿Podría brindarnos una breve visión de cómo estos pilares pueden fortalecer a las organizaciones en un entorno empresarial en constante evolución?

Tradicionalmente hemos exigido que nuestros lideres actúen y luzcan siempre como super héroes invencibles e infalibles, pero este modelo de líder como super héroe inteligente y poderoso está desfasado y fuera de la realidad. Los lideres de hoy deben tener un propósito, tener claro a quien sirven, ser conscientes de cuál es su verdadero rol y ser auténticos e imperfectos

Mas allá de ser lideres distantes o todo poderoso, este libro busca invitar a asumir una mirada mucho más real y empática sobre el liderazgo, mediante 5 pilares claves que impactaran positivamente a las empresas y sus colaboradores.

Estos 5 pilares son: La mejor versión de nosotros mismos, ser eternos aprendices, la gestiónde la vulnerabilidad, crear entornos de seguridad psicológica y convertirnos en productores de nuevos lideres. En el libro, cada pilar se desarrolla con historia de lideres reales con los cuales he tenido la oportunidad de trabajar y adicional el lector puede encontrar herramientas practicas para construir su propio viaje de liderazgo, junto con una robusta dieta intelectual de libros donde se puede profundizar sobre cada tema.

El panorama laboral ha experimentado cambios profundos en los últimos años. ¿Podría describir cómo estas transformaciones han influido en la forma en que las empresas abordan la gestión del talento humano y cómo han tenido que adaptarse para mantener equipos comprometidos y productivos?

La cantidad de cambios que ha tenido el lugar de trabajo en los últimos años ha sido abrumadora. Antes el trabajo se organizaba secuencialmente y por silos, los trabajos eran fijos, los espacios de trabajo eran fijos y la información fluía hacia abajo

Hoy nos enfrentamos a una "modernidad liquida", donde la fluidez y la flexibilidad se convierten en variables críticas para las organizaciones.

Donde las compañías tienen estructuras en constante movimiento y evolución, donde los organigramas y las jerarquías empiezan a diluirse; donde el Talento también es líquido porque está en constante movimiento, buscando trabajar en comunidades y ecosistemas.

Este futuro líquido suena a un futuro lejano pero el futuro es hoy y las señales están por todas partes:

- Cambios demográficos: aumento longevidad, época donde tenemos más generaciones en el lugar de trabajo, Generación Y y Z ocupando o próximas a ocupar roles de liderazgo

- Equipos trabajando en comunidades y nuevas formas de trabajo

- Lideres con mayores líneas de reportes y con estructuras más planas

- Gestionando equipos diversos y con mayores responsabilidades

- Adopción de las nuevas tecnologías, creación nuevos puestos de trabajo asociados a la tecnología (entrenador de robots, cloud, gestor de privacidad, etc) y eliminación las tareas de bajo valor, nuevas profesiones.

- Dificultad para atraer y fidelizar el talento, bajos niveles de conexión de las personas con su trabajo

En un entorno líquido, no hay espacio para el modelo de liderazgo de la era industrial, se ha vuelto obsoleto y arcaico. Esto implica inspirar, trascender en las personas y comprometerse personalmente en lograr ser un ejemplo para ellos.

Exige aprender a detectar el talento de las personas más rápido, para poder ubicarlas en el sitio donde pueden florecer. Implica que como líder no puedes tercerizar el Desarrollo del Talento, en las áreas de Recursos Humanos.

Para líderes en diferentes etapas de sus carreras, ¿cuál sería el consejo más valioso que les daría para abordar los desafíos de liderazgo de manera efectiva y humana en un entorno empresarial en constante cambio?

Si quieres ser un buen líder, tienes que ser la mejor versión de ti mismo. Primero tienes que liderar tu vida, antes de poder evolucionar como líder en otras esferas. De hecho, si este consejo lo hubiera recibido al inicio de mi carrera, tal vez hubiera cometido menos errores.

Su perfil en LinkedIn ha sido una fuente de inspiración para miles de personas en temas de liderazgo y gestión del talento humano. ¿Podría compartir un ejemplo específico de cómo su enfoque de liderazgo imperfecto ha generado un impacto positivo en una organización?

Con este enfoque de Liderazgo Imperfecto, de lo que más orgulloso me siento, es haber logrado desarrollar nuevos lideres que hoy ocupan posiciones iguales y superiores a la mía en diferentes países y compañías. Tengo convicción de parte de nuestro rol como lideres es convertirnos en "productores de nuevos lideres", lo cual es uno de los pilares descritos en el libro.

Si realmente quieres transformar una compañía, tienes que empezar por transformar a sus lideres y esto se logra desarrollándolos y buscando que cada persona pueda brillar con sus talentos naturales en roles donde pueden sentirse desafiados y dispuestos a continuar creciendo.

En su libro, usted proporciona herramientas y testimonios para ayudar a los líderes a reconectar con sus equipos y comprender mejor las necesidades de sus organizaciones. ¿Podría resaltar una herramienta en particular que haya demostrado ser especialmente efectiva en esta tarea?

Creo en el poder de lo simple y la herramienta mas poderosa es "Mirarse al espejo". Aunque suena sencilla, es donde los lideres más se atascan y por esto no avanzan. Las causas son muchas, pero una muy común es creerte "producto terminado". Cuando esto te ocurre, consideras que no hay espacio a mejorar porque ya consigues los resultados y no es necesario hacer nada, mucho menos mirarse al espejo. Pero si esto te pasa, realmente estas cavando un hoyo tan hondo, del cual va a ser difícil salir.

Para verse al espejo, tienes que prepararte para escuchar atentamente a las personas a tu alrededor y también hacer un ejercicio de autoevaluación que te permite ver tus "puntos ciegos" para ver la realidad de quien eres y como te perciben. Solo en ese momento, empieza tu viaje para ser la mejor versión de ti mismo, como líder.

En mi caso, mi primera experiencia fue dolorosa porque yo mismo me veía como un gran león con una melena frondosa y un rugido poderoso, pero al verme al espejo, descubrí que solo era un mínimo que distaba de tener el impacto e influencia que yo creía.

La tecnología ha sido un motor clave en la transformación organizacional. Desde su perspectiva, ¿cómo ha influido la tecnología en la forma en que las empresas gestionan su talento humano y en la creación de una cultura organizacional sólida?

El cambio es dramático y cada vez será mayor. Para ilustrarlo, vale la pena mencionar la implementación de dos proyectos, que cambiaron nuestra manera de abordar asuntos del talento.

El primero de ellos ha sido la utilización de O.N.A (Organizational Network Analysis) para la identificación de lideres. Tradicionalmente realizamos evaluaciones de las personas para saber quien tiene habilidades de liderazgo, pero hay otras formas de realizarlo y es por medio de O.N.A. Utilizando esta metodología, pudimos identificar los lideres con mayor influencia en la compañía y también lideres innatos que no eran visibles para la organización. Esto logra mezclando el análisis de datos y la tecnología para identificar los nodos o puntos de intersección, los cuales corresponden a los lideres de mayor influencia.

El segundo ejemplo se refiere al uso de la inteligencia artificial y el reconocimiento facial para realizar reclutamientos masivos de manera rápida y con la calidad

requerida. Por este medio, es posible pedirles a potenciales candidatos que envíen un corto video desde su celular, simplemente presentándose a titulo personal y con esto, puedes utilizar el reconocimiento facial para elaborar un perfil básico que te permite de manera masiva hacer un primer filtro y enviarle de manera automática un resultado tanto al candidato como a la empresa.

Algo relevante para mencionar es que creemos que esto requiere grandes inversiones, pero la realidad es que estos dos proyectos los realizamos con un presupuesto limitado. El secreto esta en estar dispuesto a experimentar, equivocarse y encontrar un desafío con impacto en el negocio.

En un entorno empresarial caracterizado por la agilidad y la constante evolución, ¿cómo puede una organización equilibrar la flexibilidad y la fluidez con la necesidad de mantener un enfoque estratégico y una dirección clara?

Justamente con Lideres Imperfectos. En entornos líquidos, caracterizados por la ambigüedad y la constante evolución, los llamados a mantener el rumbo son los lideres. En estos entornos los lideres tienen que comprender que su responsabilidad gravita en 3 prioridades: la estrategia, los resultados y las personas.

Ser líder es una gran responsabilidad y tenemos que comprender que somos los llamados a mantener un equilibrio en estas 3 prioridades para lograr tanto los resultados como la sostenibilidad de la empresa.

Hoy mas que nunca, tanto las personas como la sociedad tienen una mayor expectativa alrededor de sus lideres y esperan que vayan más allá de hacer bien su trabajo.

Liderar con propósito es fundamental para crear equipos excepcionales. ¿Podría compartir un ejemplo inspirador de cómo ha visto que un líder ejerza un liderazgo basado en el propósito y cómo esto ha influido en la cohesión y el rendimiento del equipo?

En el libro hay algunos ejemplos de la vida real de lideres con estas características y me gustaría mencionar a uno, que para preservar su privacidad lo he llamado Ice Man.

Ice Man es el CEO de una compañía y hace varios años tuve la oportunidad de trabajar con él; Es un líder imperfecto porque no es el típico líder que al estar al frente de los colaboradores los cautiva de manera excepcional, por el contrario un poco aburrido en su comunicación por ser una persona de pocas palabras. Adicionalmente, una persona con un alto grado de intensidad para lograr los resultados, a pesar de las barreras que se presentaran.

Sin embargo, había algo que inspiraba y conectaba a las personas con el propósito superior, logrando generar unos niveles de compromiso superiores y generando una gran admiración.

Cuando se tenían resultados extraordinarios en una iniciativa o proyecto, permitía que el líderde esta brillara manteniendo un bajo perfil, incluso permitiendo que la persona fuera la protagonista antes la casa matriz. Y cuando ocurría un error, por grave que fuera, se apresuraba en asumir la responsabilidad y no permitía que se buscaran culpables; por supuesto cuando se lograba solucionar, realizaba una sesión de lecciones aprendidas, sin perder el foco de cuál era el propósito superior que buscamos.

Inspirar y dejar un legado, muchas veces se trata de ser coherente y consistente, no necesariamente de ser un gran showman.

Finalmente, en el contexto de su experiencia y conocimientos, ¿cuál sería el mensaje central que le gustaría transmitir a los lectores de Factor de Éxito Colombia acerca de la importancia del liderazgo y la gestión del talento humano en la era actual de transformación empresarial?

El ejercicio de liderar no tiene un destino final, es un viaje de transformación constante y si queremos inspirar, conectar y desarrollar a los equipos, tenemos que ser auténticos y conectarnos genuinamente con las personas.

Pero no podemos ser auténticos y conectarnos verdaderamente con los demás, sin antes conectarnos profundamente con nosotros, aceptando nuestras imperfecciones. Descubriendo la belleza de la imperfección porque la perfección en el liderazgo es una utopía.

En un mundo empresarial en constante cambio, la entrevista con José Manuel Echeverri brindó una mirada fresca y transformadora sobre el liderazgo y la gestión del talento en la era digital. A través de su vasta experiencia multicultural y su perspectiva como referente en liderazgo humano en LinkedIn, José Manuel Echeverri nos revela la importancia de abrazar la diversidad cultural y aceptar la imperfección como claves para forjar equipos excepcionales. Sus cinco pilares para un liderazgo auténtico, junto con la adaptación a la "modernidad líquida", ofrecen valiosas lecciones para líderes en cualquier etapa de sus carreras. En este viaje de transformación constante, Echeverri nos recuerda que la verdadera grandeza del liderazgo radica en la autenticidad y en el reconocimiento de la belleza de la imperfección.

TEAM MARMUNOZ

AGILECOACH EMPRESARIAL, SPEAKER, INNOVACIÓN Y LIDERAZGO

Marcelo Muñoz Rojas
Marmunoz@liderexponencial.org
Creador del Método Liderazgo Exponencial

Cómo el Poder del Liderazgo y las Personas Apoyan la **Transformación Digital**

En la actual era de la transformación digital, el liderazgo y las personas desempeñan un papel fundamental en el éxito de cualquier empresa u organización. La capacidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y de liderar con visión y enfoque son elementos clave para alcanzar una transformación digital efectiva. A través de un liderazgo ágil y exponencial, personas comprometidas y habilidades en constante evolución, se pueden superar los desafíos y alcanzar nuevos niveles de innovación.

El liderazgo es el corazón de cualquier transformación digital. Sin líderes dispuestos a abrazar el cambio y desafiar lo convencional, las iniciativas de transformación están destinadas a fracasar. Los líderes deben ser audaces y arriesgados, dispuestos a dar un paso más allá de lo conocido y lo seguro. La transformación digital requiere líderes que inspiren a sus equipos a abrazar el cambio, a adoptar nuevas tecnologías y a ser innovadores en su enfoque.

Uno de los mayores desafíos en la transformación digital es la resistencia al cambio. Sin embargo, las personas adecuadas dentro del equipo son esenciales para impulsar el proceso de transformación. Es crucial contar con individuos comprometidos y dispuestos a ir más allá de lo establecido, que estén motivados para explorar nuevas formas de trabajar y de hacer negocios. La adaptabilidad al cambio es una habilidad que tanto los líderes como los miembros del **equipo deben cultivar para sobresalir en el entorno empresarial en constante evolución.**

La flexibilidad, es otro atributo esencial en la transformación digital. Los líderes deben estar dispuestos a escuchar y valorar las ideas y perspectivas de los miembros del equipo, independientemente de su jerarquía. Al ser flexibles y abiertos a la colaboración, se fomenta la innovación y se construye un ambiente donde las ideas fluyen libremente y se nutren unas a otras. La transformación digital no se trata solo de adoptar nuevas tecnologías, **sino de crear una cultura organizativa que valore la diversidad de pensamiento y la creatividad.**

El aprendizaje continuo es un pilar clave en la transformación digital. Los líderes y los equipos deben estar dispuestos a adquirir nuevas habilidades y conocimientos en un entorno empresarial en constante cambio. La tecnología avanza rápidamente, y aquellos que se quedan estancados en sus habilidades corren el riesgo de quedar rezagados. La inversión en el desarrollo profesional y en programas de capacitación es esencial para asegurar que el equipo esté equipado para enfrentar los desafíos del futuro.

Es importante reconocer que la transformación digital va más allá de la implementación de tecnologías avanzadas. Se trata de abrazar una mentalidad de cambio y crecimiento, tanto a nivel individual como organizacional. Los líderes y las personas tienen el poder de impulsar una transformación digital exitosa al adoptar una actitud audaz y adaptable, fomentando la innovación y el trabajo en equipo, y comprometiéndose con el aprendizaje continuo.

6 Acciones Claves para Desarrollarlo en las Organizaciones

1. Crear una Cultura de Innovación: Fomentar una cultura que valore la innovación y el pensamiento creativo. Los líderes deben alentar a los empleados a proponer ideas nuevas y a tomar riesgos calculados para mejorar los procesos y la eficiencia. Esto implica eliminar el miedo al fracaso y celebrar los intentos de innovar, incluso si no siempre conducen al éxito.

2. Invertir en Capacitación y Desarrollo: Proporcionar oportunidades de formación y capacitación en habilidades digitales y tecnológicas tanto para líderes como para empleados. El aprendizaje continuo es esencial para mantenerse actualizado en un entorno empresarial en constante cambio y para adaptarse a las nuevas tecnologías y tendencias emergentes.

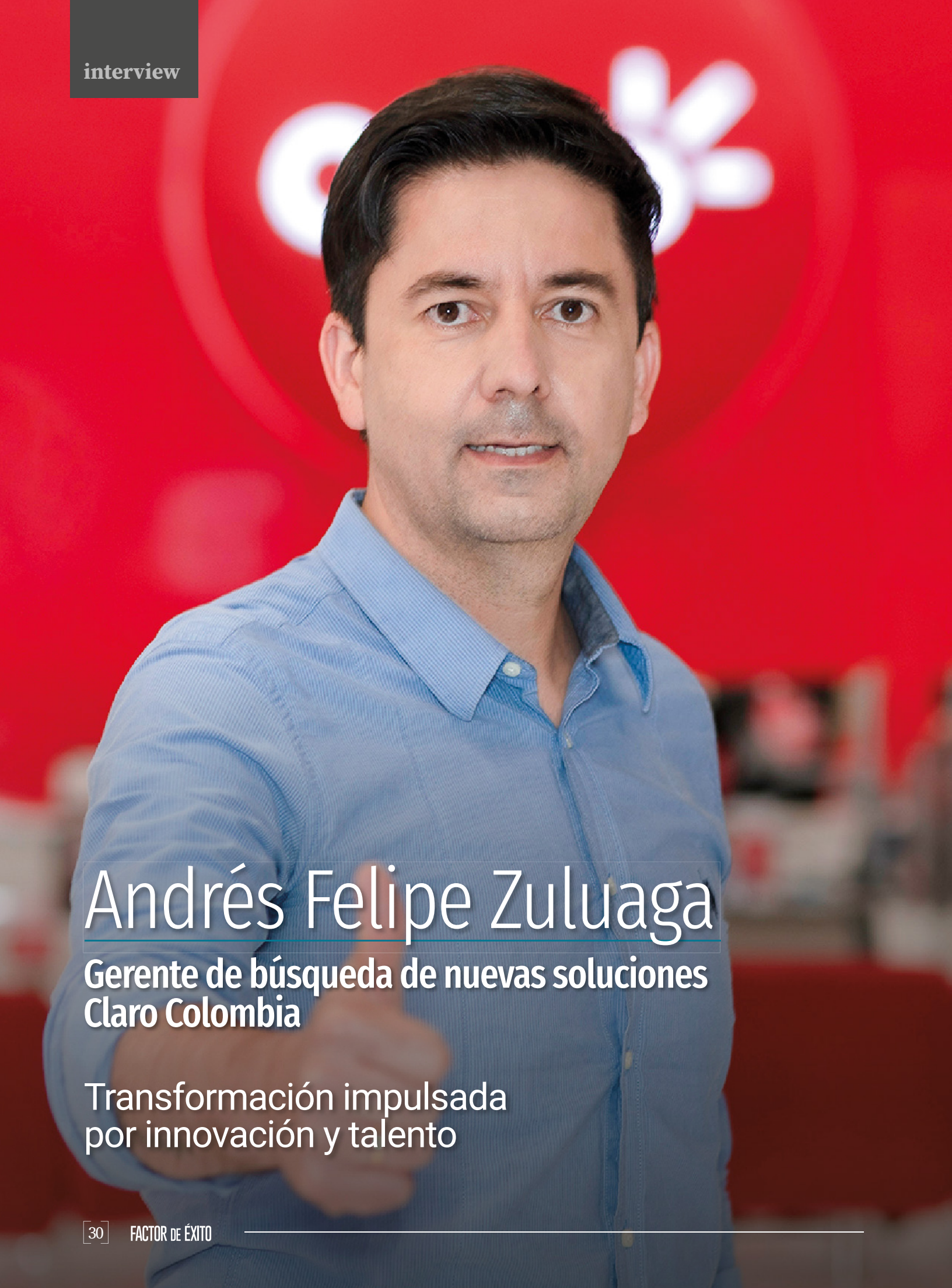
3 Establecer Metas Claras: Definir objetivos y metas específicas para la transformación digital. Establecer indicadores, para medir el progreso y el éxito de las iniciativas digitales. Esto ayuda a mantener el enfoque y la dirección hacia los resultados deseados.

4. Fomentar la Colaboración y el Trabajo en Equipo: La transformación digital no es una tarea individual, sino un esfuerzo colectivo. Fomentar la colaboración entre diferentes equipos y departamentos para abordar desafíos y encontrar soluciones innovadoras. Esto puede lograrse mediante la creación de espacios de trabajo colaborativos y facilitando la comunicación abierta y transparente.

5. Adoptar Tecnologías Emergentes de Forma Estratégica: Evaluar y seleccionar cuidadosamente las tecnologías digitales que mejor se adapten a las necesidades y objetivos de la organización. No se trata solo de adoptar la última tecnología de moda, sino de elegir aquellas que realmente aporten valor y mejoren la eficiencia y la productividad.

6. Liderazgo Inspirador y Comunicación Clara: Los líderes deben ejercer un liderazgo inspirador y visionario que motive a los empleados a participar activamente en la transformación digital. La comunicación clara y efectiva es clave para transmitir la visión, los objetivos y los avances a todos los miembros de la organización, lo que ayuda a mantener a todos alineados y comprometidos con el proceso de cambio.

Podemos decir entonces, el **liderazgo** y las **personas** son factores cruciales en el éxito de la transformación digital. Los líderes audaces y visionarios pueden **inspirar** y **guiar** a sus equipos hacia nuevas fronteras tecnológicas. Las personas comprometidas y dispuestas a abrazar el cambio son esenciales para implementar las soluciones digitales con éxito. **La transformación digital no es solo una cuestión tecnológica**; es una **transformación cultural** que requiere liderazgo valiente y personas dispuestas a abrazar el futuro con entusiasmo y determinación. Al aprovechar el poder del liderazgo y las personas, las organizaciones pueden allanar el camino hacia un futuro digital prometedor.



Andrés Felipe Zuluaga

Gerente de búsqueda de nuevas soluciones Claro Colombia

Transformación impulsada por innovación y talento

Andrés Felipe Zuluaga, uno de los referentes más destacados en innovación corporativa en Latinoamérica, ha forjado su camino a lo largo de más de dos décadas en el ámbito tecnológico y de las telecomunicaciones. En esta entrevista exclusiva con Factor de Éxito Colombia, comparte su visión sobre liderazgo, transformación digital y la gestión del talento en la era actual. Desde su experiencia en Claro y otras empresas líderes, Zuluaga ilustra cómo liderar el cambio tecnológico requiere una visión clara, un liderazgo comprometido y una atención a la gestión del proceso.

La transformación digital, según Zuluaga, es un activo poderoso para atraer y retener talento. Facilita la flexibilidad laboral, el desarrollo profesional y la colaboración efectiva. En el ámbito del marketing, subrayar cómo la tecnología impacta las estrategias de las empresas y enfatiza la importancia de la adaptabilidad en un entorno altamente competitivo.

Además, aborda la revolución que la tecnología y la inteligencia artificial están descubriendo en el sector financiero, a través de las fintech, y cómo esto afecta la atracción y retención de talento en esta área. Zuluaga concluye resaltando la necesidad de fomentar una cultura de innovación en las organizaciones, no solo como un medio para adaptarse al cambio, sino como un motor para el crecimiento y la competitividad en una realidad en constante transformación

> "La transformación digital no es solo tecnología, es una mentalidad que requiere visión, liderazgo y adaptabilidad para crear organizaciones preparadas para un mundo en constante cambio".

Antes que nada, quiero expresar mi más sincero agradecimiento a Isabel y al equipo de la revista Factor de Éxito por la oportunidad de participar en la entrevista sobre transformación digital e innovación. Para mí es un honor compartir mis conocimientos y experiencias en este campo tan relevante y en constante evolución. Agradezco profundamente la dedicación y profesionalismo de su equipo durante todo el proceso. Desde el inicio, su enfoque claro y su compromiso con la calidad se hicieron evidentes, lo cual hizo que la experiencia de colaborar con ustedes fuera sumamente gratificante. Espero que esta entrevista pueda inspirar a los lectores y brindarles una visión más clara sobre los desafíos y oportunidades que implica el proceso de cambio e innovación de nuestras organizaciones.

Durante su desarrollo profesional en Claro, ¿cómo ha sido su experiencia en liderar el cambio tecnológico en una empresa de telecomunicaciones?

Liderar el cambio tecnológico en una empresa de telecomunicaciones requiere de una estrategia sólida y un enfoque claro. Algunos aspectos clave para liderar este cambio han sido:

Visión y comunicación: *Establecer una visión clara y comunicarla de manera efectiva a todos los miembros de la organización. Es importante que todos comprendan la importancia del cambio tecnológico y cómo contribuirá al éxito de la empresa.*

Liderazgo comprometido*: como lideres de Claro estamos comprometidos con el cambio y ser modelos agiles a seguir. Demostrando entusiasmo y apoyo constante hacia la adopción de nuevas tecnologías y formas de trabajo.*

Evaluación de necesidades y objetivos*: Realizar una evaluación exhaustiva de las necesidades y objetivos de la empresa en términos de tecnología. Esto nos permitido identificar las áreas que requieren mejoras y establecer metas claras.*

Planificación y gestión del cambio: *Desarrollar un plan detallado que incluya los pasos necesarios para implementar el cambio tecnológico y cultural de la compañía. Esto implica asignar recursos, establecer plazos, espacios físicos y definir responsabilidades.*

Capacitación y desarrollo de habilidades: *Proporcionar capacitación y desarrollo de habilidades a los empleados para que puedan adaptarse y utilizar eficientemente las nuevas tecnologías. Esto incluye brindar oportunidades de aprendizaje y apoyo continuo.*

Colaboración y participación*: Fomentar la colaboración y la participación de nuestros empleados en el proceso de cambio e innovación. Esto incluye la creación de equipos multidisciplinarios y la promoción de la retroalimentación y la contribución de ideas.*

Gestión del riesgo*: Identificar y gestionar los riesgos asociados con el cambio tecnológico. Esto implica anticipar posibles obstáculos y desarrollar estrategias de mitigación.*

PIVA (Planear, Implementar, Verificar, Actuar): *Establecer mecanismos de monitoreo y evaluación para medir el progreso y el impacto del cambio tecnológico. Esto nos permite realizar ajustes y mejoras según sea necesario.*

¿Cuál es el papel de la transformación digital en la atracción y retención del talento en las empresas? Y ¿Cuáles son las estrategias más efectivas que ha implementado para este fin?

Considero que la transformación digital juega un papel fundamental en la atracción y retención del talento en las empresas. Al adoptar tecnologías, metodologías y procesos digitales, las empresas pueden ofrecer un entorno de trabajo más atractivo y satisfactorio para los empleados, lo que a su vez ayuda a atraer y retener talento.

Algunos aspectos clave son:

Flexibilidad y equilibrio: *La transformación digital permite a los empleados tener mayor flexibilidad en cuanto a horarios y ubicación de trabajo, lo que contribuye a un mejor equilibrio entre el trabajo y la vida personal.*

Herramientas y tecnologías modernas: *La adopción de herramientas y tecnologías digitales mejora la eficiencia y productividad de los empleados, lo que puede resultar atractivo para el talento que busca trabajar con tecnología de vanguardia.*

Colaboración y comunicación: *Las soluciones digitales facilitan la colaboración y la comunicación entre los equipos, incluso si están ubicados en diferentes lugares geográficos. Esto fomenta un ambiente de trabajo más colaborativo y conectado.*

Desarrollo profesional: *La transformación digital ofrece oportunidades de desarrollo profesional a través de la capacitación en nuevas tecnologías y habilidades digitales. Esto puede ser atractivo para los empleados que buscan crecimiento y aprendizaje continuo.*

Algunas estrategias efectivas implementadas por Claro para atraer y retener talento en el contexto de la transformación digital son:

Trabajamos en el desarrollar una marca empleadora sólida que comunique nuestros valores, nuestra cultura y oportunidades de crecimiento que ofrece nuestra compañía en el ámbito digital.

Programas de capacitación y desarrollo: *Ofrecer programas de capacitación y desarrollo que permitan a los empleados adquirir habilidades digitales relevantes y mantenerse actualizados en un entorno en constante cambio.*

Flexibilidad laboral: *Implementar políticas de trabajo flexible, como horarios flexibles o trabajo remoto con algunos equipos como desarrolladores, que permiten a nuestros empleados adaptarse a sus necesidades personales y profesionales. Es un aspecto que venimos considerando cada vez más en Claro Colombia.*

Fomentar la innovación y la participación: *Promover un ambiente de trabajo que fomente la innovación es muy relevante.*

Con el avance de la tecnología y la inteligencia artificial, ¿cómo crees que se deben adaptar las empresas para desarrollar y retener el talento en un entorno altamente competitivo?

En un entorno altamente competitivo como el actual impulsado por la tecnología y la inteligencia artificial, las empresas deben adaptarse para desarrollar y retener el talento de manera efectiva.

Desde mi experiencia laboral y conectándolo con algunos pensamientos que comparto con Yuval Noah Harari considero que la forma más efectiva para retener el talento en nuestras organizaciones es:

Fomentar una cultura de aprendizaje continuo: Las empresas deben promover la capacitación y el desarrollo de habilidades para mantener a su personal actualizado con las últimas tecnologías y tendencias. En Claro por ejemplo estamos formando a nuestros equipos en temas como nueva metodologías de innovación como SIT (Systematic Inventive Thinking), Design thinking, Scrum, modelos de negocio, entre otras.

Ofrecer oportunidades de crecimiento y desarrollo: *Proporcionar a los empleados oportunidades de crecimiento profesional y desarrollo de carrera, como programas de mentoría, capacitación especializada y asignación de proyectos desafiantes.*

Flexibilidad y equilibrio: *Brindar opciones de trabajo flexibles, como horarios flexibles o trabajo remoto, para atraer y retener a profesionales talentosos que buscan un equilibrio entre su vida personal y profesional.*

Fomentar la colaboración, la diversidad que impulse la innovación: *Promover un entorno de trabajo inclusivo y diverso, donde se valoren las ideas y perspectivas diversas, y se fomente la colaboración entre equipos multidisciplinarios.*

Reconocimiento y recompensas: *Reconocer y recompensar el desempeño sobresaliente de los empleados, ya sea a través de incentivos financieros, oportunidades de crecimiento o reconocimiento público. Por ejemplo, en nuestra organización cada año llevamos a cabo el concurso a la innovación donde cualquiera de nuestros colaboradores puede participar con proyectos novedosos e innovadores enfocados a mejorar nuestra recomendación, rentabilidad y crecimiento; de esta manera los ganadores son reconocidos públicamente y reciben incentivos como viajes de formación entre otros incentivos.*

Adaptabilidad y agilidad: *Fomentar una mentalidad de adaptabilidad y agilidad en los empleados, para que puedan enfrentar los cambios tecnológicos y los desafíos del mercado de manera efectiva. En Claro venimos implementando metodologías agiles en la cuales conformamos flujos de valor los cuales a su vez están conformados por células enfocadas en campos de juego u oportunidades nuevas de negocio conformados a su vez por Producto Owner, Líder técnico, Scrume master, Agile Coache entre otros roles involucrando personas de diferentes áreas de las compañías enfocadas en un proyecto específico. Sin duda aplicar el agilismo y las diferentes ceremonias ha sido clave en la transformación y disciplina de los equipos al momento de abordar los desafíos en los diferentes proyectos.*

Como especialista en marketing, ¿cómo influye la transformación digital en las estrategias de mercadeo de las empresas y cómo se pueden aprovechar estas tendencias para impulsar el crecimiento y la innovación?

La transformación digital ha tenido un impacto significativo en las estrategias de marketing Claro Colombia y a su vez para nuestros clientes quienes se han beneficiado de ésta con soluciones como Mobile Marketing, Medición de Audiencias, entre otras soluciones.

Algunas formas en las que influye son:

Mayor alcance y segmentación: *La transformación digital ha permitido a nuestros clientes llegar a audiencias más amplias y segmentadas a través de canales digitales como redes sociales, motores de búsqueda, medición de audiencia, Mobile marketing y publicidad en línea.*

Personalización y experiencia del cliente: *Nuestros clientes pueden utilizar datos y tecnologías digitales para personalizar las interacciones con sus clientes, ofreciendo mensajes y ofertas relevantes y mejorando su experiencia.*

Automatización del marketing: *La automatización del marketing permite a nuestros clientes optimizar y automatizar tareas repetitivas, como el envío de correos electrónicos, la gestión de campañas y el seguimiento de clientes potenciales y como consecuencia ahorra de tiempo y recursos.*

Data-driven Análisis de datos y toma de decisiones basada en datos: *La transformación digital ha facilitado la recopilación y el análisis de datos, para Claro ha sido un factor decisivo y diferencial, lo que permite a nuestros clientes tomar decisiones informadas y basadas en datos para optimizar sus estrategias de marketing.*

Para aprovechar estas tendencias y impulsar el crecimiento y la innovación, las organizaciones pueden:

Adoptar tecnologías digitales: *Incorporar herramientas y plataformas digitales que les permitan ejecutar estrategias de marketing más efectivas y eficientes.*

Conocer a su audiencia: *Utilizar datos y análisis para comprender mejor a su audiencia y adaptar sus estrategias de marketing en consecuencia.*

Experimentar y probar nuevas ideas: *La transformación digital permite a las empresas probar y experimentar con nuevas ideas y enfoques de marketing de manera más ágil y rápida.*

Mantenerse actualizado: *Estar al tanto de las últimas tendencias y avances en marketing digital para aprovechar las oportunidades emergentes y mantenerse competitivo.*

La transformación digital ha abierto nuevas oportunidades para las estrategias de marketing en Claro, permitiendo a la compañía llegar a audiencias más amplias, personalizar la experiencia de nuestros clientes y utilizar datos para tomar decisiones informadas. Al aprovechar estas tendencias, nuestros clientes están logrando impulsar su crecimiento

¿Cómo fomentar la cultura de innovación en las organizaciones y cuáles han sido los beneficios de estas adaptaciones en las empresas en las que ha trabajado?

Fomentar una cultura de innovación nuestra organización ha implicado crear un entorno que promueva la creatividad, el pensamiento disruptivo y la experimentación.

Algunas formas en la que estamos logrando fomentar una cultura innovadora son:

Liderazgo inspirador: *Los líderes establecemos el ejemplo y fomentamos la innovación a través de nuestro propio comportamiento y actitud hacia el cambio y la experimentación.*

Fomentamos la colaboración: *Promover la colaboración y el intercambio de ideas entre nuestros miembros de células (equipos), departamentos y áreas funcionales para fomentar la generación de nuevas ideas y soluciones.*

Establecer espacios seguros referente al fracaso: *Permitir que nuestros empleados tomen riesgos y experimenten, incluso si eso implica cometer errores. Esto fomenta la creatividad y el aprendizaje a través de su experiencia y experimentación.*

Estimular la diversidad de pensamiento: *Valorar y promover la diversidad de perspectivas y experiencias en la organización, lo que puede llevar a ideas más innovadoras y soluciones más creativas.*

Proporcionar recursos y tiempo dedicado a la innovación: *Asignar recursos y tiempo específico para que nuestros empleados puedan dedicarse a la generación de ideas y proyectos innovadores ha sido clave en el desarrollo de proyectos claves en nuestra organización*

Ahora hablemos de los beneficios de fomentar una cultura de innovación:

Mejora de la competitividad: *La innovación nos ha permitido diferenciarnos de la competencia y adaptarnos a los cambios del mercado de manera más efectiva.*

Mejora de la eficiencia y productividad: *La innovación nos ha llevado a la implementación de nuevas tecnologías y procesos más eficientes, lo que puede aumentar la productividad de la organización.*

Atracción y retención de talento: *Las organizaciones que fomentan la innovación suelen ser más atractivas para profesionales talentosos que buscan un entorno estimulante y desafiante.*

Adaptación al cambio: *Una cultura de innovación nos ha preparando para enfrentar y adaptarnos a los cambios del entorno empresarial de manera más ágil y efectiva; incursionando incluso en nuevos campos de juego mas allá del Core Business como Fintech, Regtech, SuperApps, Cloud Gaiming, IOT – Hogar Conectado, Mobile Marketing entre otras oportunidades de mercado.*

Como experto en fintech, ¿cómo cree que la tecnología está revolucionando el sector financiero y qué impacto tiene en la atracción y retención de talento en este campo?

No me considero un experto en Fintech, sin embargo, desde lo que he investigado y percibido de las tendencias la tecnología fintech está revolucionando el sector financiero al ofrecer soluciones innovadoras y disruptivas que mejoran la eficiencia, la accesibilidad y la experiencia del cliente. Por lo anterior hemos decidido incursionar en este campo de juego con nuestra propuesta de billetera móvil ClaroPay; consideramos que Claro es un actor relevante en la inclusión financiera llegando a segmentos de la población no bancarizados o sub-bancarizados, brindando acceso a servicios financieros a personas que antes no tenían acceso a ellos; ofreciendo servicios financieros digitales, como pagos móviles, transferencias de dinero, préstamos en línea y gestión de inversiones, que son más rápidos, convenientes y accesibles para los usuarios. A través de ClaroPay clientes y no clientes de Claro pueden transferir dinero, recibir dinero, pagar facturas, realizar recargas, solicitar domicilios, pagar en retails, créditos, entre otras funcionalidades.

Algunas formas en las que la tecnología fintech está impactando el sector financiero son:

Automatización y eficiencia: *La tecnología fintech está automatizando procesos financieros, como la contabilidad, el análisis de riesgos y la gestión de carteras, lo que mejora la eficiencia y reduce los costos operativos.*

Innovación en modelos de negocio: *Las fintech están desafiando los modelos de negocio tradicionales del sector financiero, ofreciendo soluciones más ágiles, personalizadas y centradas en el cliente.*

En cuanto a la atracción y retención de talento en el campo fintech, la tecnología está desempeñando un papel importante. Algunos impactos que he observado sobre todo en nuestro campo de juego FINTECH con Claro Pay y Crédito fácil son:

Atractivo para profesionales jóvenes: *Las fintech, al ser empresas innovadoras y tecnológicas, atraen a profesionales jóvenes y talentosos que buscan trabajar en entornos dinámicos y disruptivos.*

Oportunidades de crecimiento y desarrollo: *Las fintech suelen ofrecer oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional, ya que están en constante evolución y expansión, lo que puede ser atractivo para los profesionales que buscan desafíos y oportunidades de aprendizaje.*

Cultura de trabajo flexible: *Las fintech suelen tener una cultura de trabajo más flexible y ágil, lo que puede ser atractivo para aquellos que valoran el equilibrio entre el trabajo y la vida personal.*

Una vez más, quiero expresar mi gratitud por la invitación y por brindarme la plataforma para difundir mis ideas. Estoy encantado de haber formado parte de su revista.

En el mundo dinámico de la transformación digital, Andrés Felipe Zuluaga destaca como un faro de inspiración y sabiduría. Con más de dos décadas de experiencia en el ámbito tecnológico y de las telecomunicaciones, su liderazgo corporativo ha dejado huella en la innovación en Latinoamérica. Su enfoque claro y apasionado por fomentar la cultura de innovación, impulsar el crecimiento y liderar con propósito es una fuente de inspiración para todos aquellos que buscan navegar con éxito por los desafíos de la transformación digital. A través de su visión única, Zuluaga nos recuerda que el cambio tecnológico es una oportunidad para reinventarnos y crear equipos excepcionales en una era de cambio constante. Su legado es un recordatorio constante de que la tecnología no es solo herramientas y procesos, sino también un motor para el empoderamiento.

Para finalizar invito a los lectores a reflexionar sobre la siguiente cita del Tao Te Ching, con la cual finaliza el libro Hábitos Atómicos James Clear; esta reflexión condensa el concepto de lo que representa la transformación y el cambio.

Los hombres nacen suaves y flexibles;
cuando mueren son tiesos y duros.
Las plantas nacen tiernas y dóciles;
cuando mueren son frágiles y secas.
Por esto quien es tieso y duro
es un discípulo de la muerte.
Quien es suave y flexible
es un discípulo de la vida.
Lo duro y tieso se romperá.
Lo suave y flexible prevalecerá..

LAO TZU

William Aguilar

Embajador Económico y Director Relaciones Exteriores de la Cámara de Comercio y Empresarios de Mercosur y América Regional Colombia

La transformación digital es un proceso gradual que requiere tiempo y esfuerzo

El líder destacado en el ámbito económico y empresarial, se presenta como un individuo con una amplia experiencia en finanzas, dirección de proyectos y relaciones internacionales.

William Aguilar a lo largo de los años ha forjado una carrera impresionante en consultoría financiera y dirección de proyectos, acumulando 16 años de experiencia profesional en diversos roles de liderazgo. Su especialización como agente bróker en banca privada y su experiencia como CEO de las empresas chilenas Suisse Group Consulting LTD y White Trust Fintech S.A. demuestran su capacidad para dirigir y transformar organizaciones en la industria financiera.

Su formación académica es igualmente impresionante, habiendo obtenido una licenciatura en relaciones internacionales del campus de la Universidad Estatal de Kiev en Ucrania. Además, cuenta con certificaciones en pedagogía del idioma ruso y especializaciones en consultoría financiera, administración de empresas y un máster en economía de la University of Oxford.

En su papel actual como Embajador Económico y Director de Relaciones Exteriores de la Cámara de Comercio y Empresarios de Mercosur y América Regional Colombia, Aguilar despliega sus habilidades y experiencia para promover las relaciones comerciales internacionales y el desarrollo empresarial en un contexto global.

Su amplio conocimiento en finanzas, dirección de proyectos y relaciones internacionales lo posiciona como un ejemplo inspirador de liderazgo en esta era de transformación digital. El nominado a Best Executive Coach en los Coach Awards 2023, tiene la capacidad para liderar con propósito y su experiencia en la creación de equipos excepcionales resuenan con el mensaje central de esta edición, brindando mensajes inspiradores sobre cómo liderar con propósito y formar equipos excepcionales en la era de la transformación digital.

¿Cómo ha sido su experiencia liderando la transformación digital en la Cámara de Comercio y Empresarios del Mercosur y las Américas Regional Colombia?

El proceso de integrar la tecnología digital en el caso de la Cámara de Comercio y Empresarios del Mercosur y Américas Regional Colombia, inicialmente nuestras iniciativas y proyectos están enfocados en la creación de una plataforma en línea donde los empresarios y emprendedores pueden registrar sus negocios, acceder a información y recursos de interés, y realizar trámites y pagos de manera electrónica.

Asi como también la digitalización de documentos y procesos con el desarrollo de aplicaciones móviles que proporcionan flexibilidad y conveniencia a los usuarios, ya que no necesitan estar en un lugar físico para acceder a los servicios, con la implementación de herramientas de análisis de datos para recopilar, procesar y analizar información relevante para la toma de decisiones estratégicas, con el fin de identificar tendencias, detectar oportunidades de negocio y optimizar los procesos internos de la

organización por ello es importante destacar que la transformación digital es un proceso continuo y en constante evolución.

¿Cuáles son los principales desafíos que ha enfrentado en la gestión del talento humano en esta era de transformación digital?

Creería que la falta de automatización y la digitalización de los procesos, debe contar con personal capacitado en competencias digitales. Ya que es crucial para la gestión del cambio y adopción de nuevas tecnologías mediante un cambio cultural.

En general, la gestión del talento humano en la era de la transformación digital requiere una adaptación constante a medida que las tecnologías avanzan, la gestión del cambio se vuelve crucial y la adquisición y retención de talento digital se convierte en un desafío clave.

¿Qué herramientas tecnológicas han sido clave para lograr la integración vertical y horizontal en la cadena de servicios estandarizados?

En nuestro caso como cámara de comercio y empresarios del Mercosur y las Américas regional Colombia, diría que para centralizar es fundamental el seguimiento por medio de las Plataformas digitales de colaboración para una comunicación donde faciliten el intercambio de información para la automatización de tareas repetitivas y la robotización de procesos.

En resumen, la integración vertical y horizontal en la cadena de servicios estandarizados se ha logrado gracias a la implementación de herramientas tecnológicas que facilitan la gestión, coordinación y automatización de los procesos, así como el intercambio de información y la toma de decisiones conjuntas.

¿Cómo ha logrado unificar la misión de todas las partes involucradas en el proceso de transformación digital?

Implica establecer una visión común y alinear los objetivos de cada una de ellas. Para lograr esto, se pueden seguir algunos pasos: comunicación constante, definir una visión compartida, identificar objetivos comunes, establecer roles y responsabilidades claras, crear un ambiente de trabajo colaborativo, medir y evaluar el progreso.

¿Cuál ha sido su papel como Embajador Económico y Director de Relaciones Exteriores en la creación de operadores en todos los sectores de la economía?

Como Embajador Económico y Director de Relaciones Exteriores se me delegó promover los intereses en el extranjero, es por ello que hoy nos acompaña un acuerdo con empresarios de la República Popular de China, investigadores y desarrolladores en Argentina vinculados a la academia y a su vez con empresarios en México donde fomentamos la tecnología ofreciendo movilidad ecoturística en Tulum y playa del Carmen.

De esta forma, fomentar relaciones comerciales y económicas entre empresas de diferentes sectores, con la promoción de inversiones, a través de la negociación y firma de acuerdos comerciales y la colaboración con otros empresarios de países asociados trabajando en estrecha colaboración con los actores del sector empresarial, Esto puede implicar la promoción de exportaciones, la facilitación de asociaciones entre empresas locales e internacionales, y el fomento de la innovación y el desarrollo en varios sectores.

Cabe destacar que actualmente estoy por firmar un acuerdo de asociacióen Suiza, Panamá, Canadá y Dubái, donde buscamos el intercambio comercial de productos y servicios.

¿Qué papel juega el blockchain y la inteligencia artificial en el primer banco digital del Mercosur como país asociado?

Desde la cámara de comercio y empresarios del Mercosur y las Américas Regional, Colombia como país asociado busca brindar seguridad, transparencia y eficiencia en las operaciones financieras con el blockchain, como tecnología de contabilidad distribuida, permite el registro seguro y transparente de todas las transacciones financieras realizadas en el banco digital.

Esto significa que cada transacción queda registrada de forma inmutable en un registro descentralizado, lo que previene la posibilidad de fraude o alteración de datos. Además, facilita la realización de transacciones directas y seguras entre los usuarios del banco, eliminando intermediarios y reduciendo los costos asociados de esta forma la inteligencia artificial, puede utilizarse en el banco digital para mejorar la experiencia del cliente y optimizar los procesos internos. Mediante el análisis de datos, opciones de inversión o préstamos. También se puede utilizar para automatizar operaciones financieras, como la verificación de identidad o el análisis de riesgo crediticio.

¿Cómo ha logrado vincular la economía digital en todos los mercados y fomentar el crecimiento económico y el desarrollo del Mercosur y América Regional Colombia?

Desde la cámara de comercio y empresarios del Mercosur y las Américas Regional Colombia se ha logrado diversas acciones y políticas implementadas tanto a nivel nacional como regional. Algunas de las estrategias como la Promoción de la conectividad, Fomento del emprendimiento tecnológico para crear programas y medidas específicas para los emprendedores y startups que se enfocan en la economía digital. Esto incluye la facilitación de acceso a financiamiento, la creación de centros tecnológicos y la promoción de la innovación.

Para la trasferencia de conocimientos y prácticas en la Cooperación regional buscando establecer acuerdos y alianzas entre los países asociados para promover la colaboración. Esto incluye la armonización de regulaciones y normativas, la facilitación del comercio en línea transfronterizo y la promoción de la interoperabilidad tecnológica. Estas acciones han contribuido a impulsar el crecimiento económico y el desarrollo de la economía digital facilitando la integración de los mercados, la generación de empleo, la innovación tecnológica y el acceso a servicios digitales por parte de la población.

¿Podría compartirnos su historia y experiencia en liderar el cambio y crear equipos excepcionales en esta era de transformación digital?

Puedo mencionarte algunas pautas para liderar el cambio en tiempos de transformación digital se requiere adaptabilidad, visión estratégica y habilidades de liderazgo sólidas. Aquí hay algunos puntos clave a considerar; como líder es esencial fomentar una cultura de colaboración y aprender a trabajar en equipo para impulsar la innovación el aprendizaje continuo.

Estar dispuesto a explorar nuevas tecnologías, el liderazgo inclusivo es esencial para construir y mantener equipos excepcionales. crea un sentido de pertenencia y compromiso para adaptarse rápidamente a los cambios y desafíos que se presenten.

Estar dispuesto a tomar riesgos calculados, aprender de los fracasos y ajustar las estrategias según sea necesario es crucial para liderar el cambio con éxito.

¿Cuál es su visión para el futuro del Mercosur y América Regional Colombia en términos de innovación, empleo y economía digital?

Nuestra visión para Colombia, es promover la innovación, el empleo y la economía digital como pilares fundamentales del desarrollo económico y social de la región. En términos de innovación, es fundamental fomentar el espíritu emprendedor y la creatividad, así como fortalecer la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías.

En cuanto al empleo, la economía digital ofrece grandes oportunidades de generación de trabajos de calidad. Es importante impulsar la capacitación y formación en habilidades digitales, asegurando que los ciudadanos estén preparados para enfrentar los desafíos y oportunidades que la era digital presenta.

Además, es necesario promover políticas que fomenten la inclusión y la igualdad, creemos que, a través de una colaboración estrecha entre los países miembros, podemos potenciar el crecimiento económico y mejorar la calidad de vida de los ciudadanos en nuestra región.

¿Qué consejos le daría a otros líderes empresariales que buscan liderar la transformación digital en sus organizaciones?

Mostrar un compromiso claro y visible hacia la transformación digital. Esto incluye asignar recursos adecuados, establecer metas claras y comunicar la importancia de la transformación digital a todos los niveles de la organización. También que promuevan una cultura de innovación: fomenten un ambiente de trabajo que valore la experimentación y el aprendizaje. Anime a su equipo a proponer nuevas ideas y soluciones digitales. También es importante estar abierto a la posibilidad de fracasar y aprender de los errores.

Se debe considerar que la transformación digital es un proceso gradual y requiere tiempo y esfuerzo. No se pueden esperar resultados inmediatos, pero con el compromiso adecuado y la estrategia correcta, puede liderar con éxito la transformación digital en su organización.

Andrés Felipe Gómez

General Manager Andean Region (Colombia - Perú - Chile - Argentina)

Transformación Digital y Liderazgo en Hasbro

Andrés Felipe Gómez, Gerente General de Hasbro, es un apasionado líder que fusiona la gestión del talento y la transformación digital para impulsar el cambio en el entorno empresarial. Desde su profundo propósito, se enfoca en alinear valores, comunicar de manera transparente y motivar a su equipo. Su visión estratégica se fundamenta en la educación, el liderazgo comprometido y la creación de una cultura de innovación. Andrés destaca la importancia de la adaptación y resiliencia en tiempos de cambio, y cómo la filantropía y el propósito enriquecen la cultura organizacional. Su legado se orienta hacia equipos excepcionales y la mejora continua en la experiencia del cliente

> "Liderar con ejemplo sigue siendo muy efectivo para los equipos, si esperamos que las personas se unan al seguimiento de un camino debemos demostrarlo a través de las acciones y las decisiones"

Liderazgo con Propósito: ¿Cómo define Andrés Felipe Gómez su propósito como líder y cómo lo transmite al equipo para crear una cultura sólida y orientada a resultados?

Desde mi punto de vista, el propósito debe iniciar desde: 1) Profunda reflexión personal para poder vincular de manera exitosa el proceso de liderazgo. No se trata de hacer un trabajo que sea 100% alineado entre propósitos personales y profesionales, sino de establecer criterios comunes que nos permitan definir conceptos claves como: qué valores son importantes para mi equipo de trabajo?, cuál es la visión compartida que tenemos? Al identificar ambos propósitos el factor de éxito de transmitirlo es mayor y se logra más eficiencia.

2) Comunicar visión y objetivos de manera transparente y clara, esto podrá ser apalancado en la medida que la confianza sea mayor. Esto permite entender a las personas cómo su trabajo contribuye a lograr estos objetivos y hacia dónde nos dirigimos todos como organización / equipo.

3) Inspirar y Motivar: es probablemente uno de los aspectos más retadores que tenemos como líderes; representa un nivel de confianza y de credibilidad que van en doble sentido: la que ofrezco y la que recibo y en ningún momento se puede relacionar con temas de jerarquías o niveles puede deteriora la intención que se tiene. La inspiración es el mejor combustible que se puede encontrar para que la gente avance en la dirección correcta y que no pierda el rumbo aún en los momentos de mayor complejidad y adversidades.

4) Ejemplo: liderar con ejemplo sigue siendo muy efectivo para los equipos, si esperamos que las personas se unan al seguimiento de un camino debemos demostrarlo a través de las acciones y las decisiones.

Equipo Excepcional: ¿Podría compartir una experiencia en la que Andrés Felipe Gómez haya transformado a un grupo de individuos en un equipo altamente eficiente y colaborativo? ¿Cuáles fueron los elementos clave en ese proceso?

El mundo corporativo actual ha sido testigo de unos de los momentos de cambio más importantes: Covid, inestabilidades políticas, efectos de inflación, caos en la cadena global de abastecimientos, encarecimiento de costos, conflictos armados entre muchos otros. Esto generó sin lugar a duda un primer efecto negativo reflejado en desaceleración y contracción.

Sin embargo, representó una tremenda oportunidad que nos permitió ser mucho más flexibles y ágiles de lo que habíamos sido históricamente. Nos obligó como compañías y como grupos de trabajo a alcanzar la mayor elongación posible al estilo de los mejores atletas. Reestructurar y orientar equipos de trabajo mucho más adaptados a las nuevas necesidades de los clientes y consumidores incluso con las mismas personas, pero ahora enfocados a nuevos retos: omnicanalidad con una mayor representación de comercio electrónico; mayor entendimiento y toma de decisiones con base en data e información de mercado disponible. Entender que el mercado trajo cambios estructurales fue fundamental y dejar la puerta abierta para seguir ajustando en la medida de las necesidades.

Digital Thinking: ¿Cómo ha logrado Andrés Felipe Gómez fomentar una mentalidad de "Digital Thinking" en su organización y cómo ha impulsado la adopción de tecnologías disruptivas para generar ventajas competitivas?

La disrupción y transformación están presentes y son profundas más que nunca. No sólo desde el punto de vista digital o tecnológico sino en diferentes áreas y espacios de las organizaciones. Deben estar enfocadas en lograr más velocidad, más eficiencias y más claridad para la toma de decisiones. Veo una serie de etapas que han funcionado en mi experiencia y para mis intereses:

1) Educación y concienciación: *Es fundamental educar a los miembros de la organización sobre la importancia de la transformación digital y cómo puede afectar positivamente a la empresa.*

2) Liderazgo comprometido: *El liderazgo debe estar comprometido y ser un ejemplo para seguir en la adopción de la mentalidad de "Digital Thinking". Los líderes debemos comprender las tecnologías emergentes y estar dispuestos a invertir en ellas para impulsar la transformación digital en la organización.*

3) Creación de una cultura de innovación: *Fomentar una cultura donde la innovación y el pensamiento digital sean valorados y recompensados. Esto incluye alentar a los empleados a proponer nuevas ideas y experimentar, incluso si eso significa cometer errores en el camino. Encuentro un gran valor en identificar cosas, ideas, procesos que no representaron avances importantes*

pues al final de cuentas puedes entender que ese no es el camino más apropiado. Este aspecto implica que el nivel de frustración y la capacidad de reponerse debe ser alta para evitar que juegue en contra de la consecución de objetivos generales.

4) Recopilación y análisis de datos: *Utilizar datos y análisis para tomar decisiones informadas sobre qué tecnologías y proceso adoptar y cómo pueden mejorar los procesos y la experiencia del cliente.*

Cambio y Resiliencia: La transformación conlleva desafíos. ¿Podría compartir una situación en la que usted haya enfrentado resistencia al cambio y cómo logró superarla, manteniendo a su equipo enfocado y motivado?

El desarrollo de habilidades blandas en los últimos 4 años ha sido exponencial; organizaciones, equipos y personas que no hayan podido avanzar de manera significativa en la adopción de resiliencia y empatía están expuestas de una manera más sensible a impactos negativos. Hay que mantenerse fiel a los principios y objetivos predominantes, ajustarse al contexto y buscar la sostenibilidad en el largo plazo. Cuando se mantiene el punto de llegada puedes esperar que el proceso del medio cambie, pero no el destino final. Si tomamos un carro para llegar de un punto A a un punto B podemos entender que ese es el objetivo por cumplir, si en el camino la ruta sufre afectaciones debemos ajustarnos, pero entendiendo que el objetivo sigue siendo el mismo: llegar al destino B ojalá en las mejores condiciones y con las menores afectaciones. En la medida de las posibilidades ajustar el camino, pero no cambiar el destino final.

Visión Estratégica: ¿Cómo logra identificar nuevas oportunidades de negocio en un entorno dinámico y competitivo como el actual, maximizando la rentabilidad de la organización?

Las organizaciones deben mantenerse informadas, ser receptivas a los cambios y centrarse en la innovación y la satisfacción del cliente. Al combinar estos enfoques, se puede maximizar la rentabilidad y el éxito en un mercado en constante evolución.

1) Escuchar al cliente: *Mantener una comunicación abierta con los clientes existentes y potenciales ayuda a comprender sus necesidades, deseos y expectativas. La retroalimentación del cliente puede ser una valiosa fuente de información para identificar oportunidades de mejora y nuevas áreas de negocio.*

2) Monitoreo del mercado, tendencias, competencia: *Mantenerse informado sobre las últimas tendencias y cambios en el mercado es crucial. Esto incluye el seguimiento de la evolución de la industria, el comportamiento del consumidor y las innovaciones tecnológicas que puedan afectar el sector.*

3) innovación: *Estimular un ambiente donde la innovación sea valorada y alentada.*

4) manejo del riesgo: *aprovechar las nuevas oportunidades conlleva un nivel de riesgo natural, por lo tanto es importante entender los impactos o beneficios antes de tomar una decisión.*

Filantropía y Propósito: Además de su rol empresarial, Andrés Felipe Gómez también es Embajador de Filantropía. ¿Cómo integra la responsabilidad social y el propósito en la estrategia de negocio de HASBRO, y de qué manera esto impacta en la cultura organizacional?

Como lo mencionaba al principio de la entrevista: la unión entre los intereses / objetivos personales y los profesionales es simplemente fundamental. Cuando encuentras que lo que para una persona es importante también lo es para la organización, el resultado no puede ser diferente que potencia y desarrollo. La filantropía está en el ADN de Hasbro, y en mi caso personal fue descubrir en mí la importancia de ayudar desde mi posición. En Hasbro decimos que se trata de hacer negocios con integridad y definitivamente ayudar a las comunidades de los mercados en los que estamos es una de las mejores formas de hacerlo. Adicionalmente, cuando lideras con el ejemplo puedes comprobar que la profundidad es diferente. Cuando me uní al equipo de filantropía la cantidad de embajadores era menor y en consecuencia la cantidad de proyectos y personas impactadas positivamente también era diferente. Después de los últimos años apoyando los esfuerzos de filantropía hemos logrado crear una identidad en la región que nos caracteriza alrededor del mundo y nos permite posicionarnos como una de las más activas y eficientes. Siempre habrá espacio para seguir ayudando, impactos proyectos, fundaciones y comunidades pero en el punto actual nos encontramos muy satisfechos pues lo hacemos con toda la pasión y el cariño posible.

Desarrollo del Talento: ¿Cuál enfoque toma usted para el desarrollo continuo de sus colaboradores y cómo promueve un crecimiento profesional transparente y sostenible?

Sin temor a equivocarme considero que el asset más importante de las organizaciones es su talento y cualquier impacto tendrá resultados positivos o negativos según el enfoque. Comparto mi experiencia en estos aprendizajes:

1) Transparencia: transferir a las personas y los equipos la información correcta de lo que vemos en ellos, sus

oportunidades y capacidades para tratar de nivelar las expectativas. La transparencia en algunos casos puede ser incomoda para quien la comparte o para quien la recibe pues como seres humanos nos podemos sentir decepcionados, pero es clave para poder alinear las expectativas de las organizaciones y de las personas.

2) Identificación y mapeo del talento: es fundamental poder establecer un mapa de talento, entender qué tipo de talento tenemos en la organización. Las empresas se componen de diferente tipo de talentos, no todos son excepcionales, algunos tienen performance por debajo de las expectativas y un buen grupo (la mayoría) hace su trabajo y cumple con sus responsabilidades. Para cada uno de esos grupos hay planes, trabajo por hacer, retos que cumplir y muchas acciones por tomar.

3) Acompañamiento y coaching: Establecer programas de mentoría y coaching que conecten a colaboradores con líderes o profesionales experimentados dentro de la organización. Esto permite el intercambio de conocimientos y brinda orientación personalizada para el crecimiento profesional.

4) Flexibilidad y equilibrio entre vida laboral y personal: Fomentar un ambiente de trabajo que promueva el equilibrio entre la vida laboral y personal, lo que contribuye al bienestar general y la motivación de los colaboradores.

Transformación Digital y Experiencia del Consumidor: La tecnología está cambiando la forma en que las empresas interactúan con los consumidores. ¿Cómo ha logrado mejorar la experiencia del cliente a través de la transformación digital, manteniendo un enfoque orientado al consumidor?

Los procesos de transformación a los que no enfrentamos hoy en día no pueden desconectarse de las dos dimensiones más importantes que tenemos: consumidores y clientes. Como mencioné anteriormente, la velocidad de los cambios que hemos tenido que afrontar en los últimos 4 años ha sido sencillamente excepcional. La relevancia se da cuando los procesos de transformación realmente apoyan estas dos dimensiones, de lo contrario perdemos efecto o esfuerzos. A su vez, hoy tenemos más oportunidades de estar más cerca de los clientes / consumidores, conocer más rápido los cambios a los que nos enfrentamos y esto puede capitalizarse sólo en la medida en que nuestra flexibilidad y agilidad sea mayor. Finalmente, podría decir que los cambios y transformaciones que hoy enfrentamos son cada vez más integrales y menos modulares; de nada sirve avanzar en el ecommerce sino nuestras operaciones no se adaptan a las nuevas necesidades de manera eficiente y rentable.

Negociación y Colaboración: En su trayectoria, seguramente ha enfrentado desafíos de negociación. ¿Podría compartir una experiencia en la que usted haya liderado una negociación compleja y cómo logró alcanzar un resultado beneficioso para ambas partes*?*

Creo que la pregunta está elaborada de una manera muy acertada; uno de mis managers en una experiencia profesional me compartía que los negocios deben ser igualmente buenos para ambas partes pues de lo contrario son más complejos de sostener en el tiempo. Y vaya que si es cierto!!! Hoy en día trabajamos para ser el mejor "Partner of choice" pues cuando se alcanzan verdaderos niveles de confianza con los aliados comerciales aumentamos considerablemente nuestra posibilidad de éxito.

Confianza se refiera a poder expresar sin ningún temor el punto de vista de cada una de las partes, aun cuando puede ser incómodo para la otra. Pero es la mejor forma de construir relaciones de largo plazo. Por último, agregaría que hoy es completamente necesario tener un conocimiento profundo del cliente, de sus objetivos, de sus oportunidades, de sus capacidades para que de esa forma nosotros como socios comerciales podamos contribuir en ese cumplimiento, si los objetivos de las partes no se cruzan será mucho más complejo.

Legado y Futuro: Como líder, está dejando un impacto duradero en la organización. ¿Cuál es el legado que Andrés Felipe Gómez espera dejar en HASBRO y cuál es su visión para el futuro de la compañía en la región Andina?

Sin lugar a dudas espero poder dejar un legado en el que mi equipo, clientes y Partners comerciales me recuerden como un buen ser humano, como una persona que estuvo siempre dispuesta a aprender, escuchar y dedicarse a facilitar el camino de las personas. Me gustaría dejar un legado en temas de filantropía desde Hasbro, que las personas comprendan que ayudar siempre es posible y siempre es importante, bien sea un esfuerzo corporativo o personal pero en todos los casos ayudar. Desde lo que se refiere al Management espero dejar un equipo preparado, maduro, sólido y listo a adaptarse a los nuevos retos, estoy seguro que tendrán un mayor grado de crecimiento y consolidación del que yo puede aportar.

Reseña Profesional

Gerente General de Negocios con gran experiencia y sólido historial en transformación digital, desarrollo de talento y estrategia corporativa. Con 21 años de sólida trayectoria comercial en empresas nacionales y multinacionales del sector de bienes de consumo masivo y entretenimiento. Amplia experiencia en la implementación de estrategias corporativas, siendo directamente responsable de los resultados de crecimiento en ingresos y rentabilidad en un entorno competitivo y complejo en Latinoamérica. Experiencia extensa en roles orientados al cliente, con stakeholders, retailers internacionales y diversos socios comerciales. Apasionado por liderar talento a través de las organizaciones, aprendiendo de las mejores personas y brindando oportunidades de crecimiento en los equipos.

Andrés Felipe Gómez es un apasionado líder con más de dos décadas de experiencia en transformación digital, desarrollo de talento y estrategia corporativa. Su trayectoria incluye roles clave en Postobón y Hasbro, donde ha impulsado resultados de crecimiento en ingresos y rentabilidad en mercados desafiantes de Latinoamérica. Con enfoque en liderar equipos y promover la innovación, ha forjado una cultura organizacional basada en valores, adaptabilidad y colaboración. Su legado se orienta hacia el desarrollo de equipos excepcionales y la mejora continua en la experiencia del cliente, dejando una huella duradera en la industria.

TRANSPORTE VIP

DISFRUTA DE VIAJAR CON ELEGANCIA Y SEGURIDAD

- TRANSPORTE PARA BODAS.
- TRANSPORTE AL AEROPUERTO.
- TRANSPORTE PRIVADO PARA CIRUGÍA PLÁSTICA Y DENTAL EN REPÚBLICA DOMINICANA.
- SEGURIDAD PRIVADA Y PROTOCOLAR (BODY GUARDS).

¡Reserva tu viaje hoy!

Más información en transsafe.net

TransSafe
VIP TRANSPORTATION & SECURITY

www.transsafe.net | +1 (829) 568-2564 | @transsafegeorge

Aldo Civico

Antropólogo, estratega de liderazgo, autor y conferencista

En el burnout hay un quiebre de la salud personal

Para el especialista, es importante que el bienestar se vuelva un programa, un hábito y parte fundamental de la cultura y práctica empresarial.

Recientemente, un estudio de la encuestadora Gallup, State of Global Workplace 2023, ha sido noticia porque arrojó como resultado que gran parte de los colaboradores alrededor del mundo están estresados, lo que trae pérdidas millonarias a las empresas.

¿A qué se debe esto? ¿Será la digitalización responsable o parte del problema? Hicimos estas mismas preguntas a Aldo Civico, antropólogo, estratega de liderazgo, autor y conferencista: "Los factores son múltiples. Por un lado, somos veteranos de la pandemia. Ha sido una experiencia dura, traumática, que ha cambiado muchos paradigmas. Ha insertado una incertidumbre existencial muy profunda. Hemos adoptado nuevas formas de trabajar a las cuales aún no nos hemos completamente adaptado. A eso se suma la disrupción que viene con las nuevas tecnologías que están viviendo una fase de potencialización muy grande. Pero todas estas son circunstancias externas y el estrés crónico es un síntoma. En realidad no hemos tenido el tiempo de adecuar nuestros mapas y modelos mentales. Nuestro malestar es una muestra de eso", afirmó en entrevista para Factor de Éxito.

Civico, quien también es autor del podcast Inspira Tu Mente, dedicado al futuro del liderazgo, trabaja a nivel global con líderes y equipos empresariales para desarrollar un liderazgo consciente y lograr altos niveles de cooperación y rendimiento. Convencido de que las empresas juegan un papel fundamental para resolver los desafíos de un mundo complejo y volátil, está dedicado a la formación de líderes comprometidos con impulsar la innovación y la aptitud para el futuro, y así aportar al mundo.

Además, hasta el momento es el único coach autorizado para entrenar en español en Havening, una revolucionaria técnica psicosensorial, de la que estaremos hablando con él más adelante en el artículo.

¿Cómo afecta el burnout de los colaboradores a la productividad de una organización?

Lo afecta de manera profunda. El cerebro frito no es capaz de rendimiento. En presencia del burnout hay un quiebre de la salud personal que también causa la quiebra de un proyecto y hasta de un negocio. El burnout es incompatible con el alto rendimiento. Cuando el burnout no es una excepción o un caso aislado, significa que hay que hacer transformaciones en la cultura organizacional, es decir en sus valores, en sus prácticas.

¿Y si el burnout lo padece el o los líderes de la empresa, cómo afecta la dinámica y rendimiento de la empresa?

En el mundo complejo en el cual vivimos todos son esenciales en una empresa y en una organización. Pero un líder determina mucho el clima laboral y los efectos negativos de un burnout padecido por un líder puede propagarse por toda una organización.

¿Qué medidas puede recomendar para prevenir el burnout, tanto desde el punto de vista personal como empresarial?

Yo pienso que es esencial conectarnos con nuestro propósito superior. Tener una visión nos ayuda a trascender nuestro ego y el burnout está conectado con el ego, con las ansiedades, los miedos, las exigencias del ego. Cuando vivimos para una visión generosa y grande que no sirve solo a nosotros sino que a los demás, podemos trascender el ego. Primero, pienso que es importante tener un propósito. También hay que desarrollar hábitos saludables como el ejercicio, la alimentación sana, el ocio, compartir con amigos y familiares, hacer pausas. Hay que encontrar un equilibrio y alternar periodos de trabajo intenso con pausas de descanso y ocio.

¿Considera que las empresas en la región dan a la salud física y mental de sus colaboradores importancia suficiente?

Veo que siempre más empresas se lo están planteando. Estamos viviendo una crisis de salud mental generalizada. Hay niveles de ansiedad y de estrés crónicos elevados. Veo que empresas están

Havening, una revolucionaria técnica psicosensorial

dedicando al tema del bienestar talleres y charlas. Es un buen comienzo. Pero no es suficiente. El bienestar se tiene que volver cultura, práctica empresarial. Hay todavía un camino largo por recorrer. Todavía pensamos que las horas que no son productivas en lo laboral son horas desperdigadas, en lugar de pensar que es durante el ocio que se crean nuevas rutas naturales, que nacen nuevas ideas, que se encuentran soluciones a los problemas, etc.

¿Qué estrategias o enfoques recomienda para fomentar una cultura de salud y bienestar en las organizaciones?

Pienso que se tiene que convertir en una conversación permanente. Es importante que el bienestar se vuelva un programa pero no se puede limitar a eso. Tiene que volverse cultura, hábito. Eso significa pensar en términos de seguridad emocional, de flexibilidad laboral, de formas de comunicación abierta y permanente. Hay que concientizar a los empleados sobre qué es el bienestar y cómo se fomenta. Claro, los líderes tienen que ser el ejemplo.

¿Cómo llega a conocer el Havening y cómo comienza su formación en esta técnica?

Llegué a estudiar Havening porque yo mismo tenía traumas de mi adolescencia por superar y me lo estaba cargando aún en mi vida de adulto. También me di cuenta de que los traumas de muchos de mis clientes son el obstáculo que les impide un alto rendimiento constante. Havening es revolucionaria porque a través de un toque suave en partes del cuerpo como los hombros, las mejillas y los palmos de las manos, es posible eliminar las marcas biológicas que eventos traumáticos dejan en el cerebro. Además aumenta el bienestar emocional, o alto rendimiento, la memoria y la concentración. Havening es poderoso para fortalecer la resiliencia y el bienestar emocional.

¿Cuáles son las bases del Havening que permiten eliminar permanentemente los efectos de traumas y emociones debilitantes como la ansiedad, fobias, miedos, y que te permite recuperar y fortalecer tu bienestar y libertad emocional?

El toque de Havening interrumpe la transmisión de información entre neuronas de las amígdalas de manera tal que un gatillo ya no dispara la misma reacción estresante. Cambia la información que las neuronas se comunican. La amígdala se depotencia y vuelve a ser íntegra. Eso hace que uno elimina los efectos de un trauma o de otras emociones debilitantes como la ansiedad, fobias, miedos, etc.

¿Es el Havening para todo el mundo?

Si, desde los niños hasta los adultos mayores, pasando por los ejecutivos y los gerentes. Es un método simple y muy eficaz de autorregulación emocional. Es una herramienta que hoy necesitamos para aumentar nuestro bienestar y enfrentar con más calma y confianza tiempos a veces muy inciertos y difíciles.

ElDorado 2023 Creatividad vs incertidumbre

PRESENTA SUS **PRESTIGIOSOS JURADOS**

El Festival ElDorado anuncia a sus jurados internacionales y lanza la competencia Young Golds Latam.

Desde el 2012, el Festival ElDorado se ha consolidado como el evento insignia de la creatividad colombiana. Congrega anualmente a la industria de la publicidad, el mercadeo y las comunicaciones en Colombia para celebrar la entrega del más prestigioso galardón en el país y reconocer los mejores trabajos creativos que contribuyen al desarrollo comercial de empresas, marcas y anunciantes. Asistentes de toda la región acuden al encuentro en busca de inspiración ya que el evento ofrece un reconocido programa académico de capacitación y aprendizaje a cargo de grandes líderes del mundo, en distintas disciplinas. Este año, el Festival tiene como tema central -Creatividad Vs Incertidumbre- y contará con invitados de renombre internacional que participarán como ponentes en los seminarios.

El panel de jurados, compuesto por respetados profesionales de prestigio internacional, se dará cita en Bogotá en septiembre para estudiar y evaluar los trabajos inscritos en las 23 categorías que comprenden los Premios ElDorado.

La selección de este grupo de jurados representa un hito importante para el Festival ElDorado, que busca elevar el estándar de la creatividad colombiana y posicionarla como una de las más destacadas de la región.

"Un Dorado es el máximo galardón creativo en Colombia, el pináculo que inspira la industria y un punto de referencia en la región", comenta Paula Feged, Directora ejecutiva del Festival ElDorado. "Es un gran privilegio contar con este admirable grupo de jurados, pues sabemos que su experiencia guiará el rumbo de las comunicaciones del país".

La lista de jurados incluye a:

Daniel Lobatón, Chief Creative Officer de Rethink NY, quien presidirá el jurado. Lobatón es un reconocido creativo que ha ganado numerosos premios, entre ellos un Grand Prix en Cannes Lions.

Andrea Diquez, CEO Global de GUT, una de las agencias más premiadas de Latinoamérica. Diquez es una líder pionera en la transformación de la industria creativa.

André Toledo, Chief Creative Officer de David NY, una de las agencias más importantes del mundo. Toledo es un innovador que ha redefinido el concepto de publicidad.

María Garrido, Global Chief Marketing Officer de Deezer, una de las plataformas de streaming de música más populares del mundo. Garrido es una estratega de marketing que ha impulsado el crecimiento de la marca.

Josefina Casellas, VP Executive Creative Director SS Latam de R/GA, una de las agencias de publicidad más grandes del mundo. Casellas es una creativa que ha liderado importantes campañas para marcas globales.

Además de los jurados internacionales, el Festival ElDorado también contará con un jurado de expertos colombianos que serán elegidos por la organización.

Adicionalmente, el Festival ElDorado anunció el lanzamiento de la competencia Young Golds Latam, una categoría exclusiva para jóvenes talentos de la región que estén dispuestos a demostrar sus más grandes habilidades creativas.

Las jóvenes promesas podrán competir individualmente o en duplas y tendrán un fin de semana para crear sus trabajos en respuesta a un brief que divulgará Pepsi el 15 de septiembre. Los ganadores de Young Golds Latam obtendrán como premio entradas al máximo evento de creatividad en el mundo, el Festival Internacional de Cannes Lions.

El anuncio de todos los ganadores se hará la noche del 5 de octubre en una emocionante ceremonia que tendrá lugar en el Club Altos del Chicalá en Anapoima. También se otorgarán Premios Especiales a las empresas que hayan obtenido la mejor puntuación, incluyendo: Mejor Agencia del Año, Mejor Anunciante del Año, Mejor Agencia Independiente del Año, Mejor Casa Productora del Año, Mejor Central Medios del Año, Grand Prix de Bien Público y Mejor Marketer Creativo del Año.

“Liderar el panel de jurados de ElDorado es un gran honor”, concluye Lobatón. “En los últimos años grandes publicistas a los que admiro muchísimo han juzgado el trabajo de Colombia, poniendo un spotlight en la excelencia creativa del país y en todo el talento del mercado. Para mí lo más importante es traer una visión internacional al festival que resalte las grandes ideas para grandes marcas”.

El Festival ElDorado es un evento de gran importancia para la industria creativa colombiana, y la participación de los jurados internacionales y la competencia Young Golds Latam lo convierten en una oportunidad única para que los profesionales y jóvenes talentos del país muestren su trabajo y sean reconocidos por su talento y creatividad.

Los jurados internacionales, con su experiencia y trayectoria, serán un referente para los participantes, y sus decisiones serán un sello de calidad y excelencia para los ganadores. La competencia Young Golds Latam, por su parte, es una oportunidad para que los jóvenes talentos colombianos puedan mostrar su potencial a nivel regional y mundial.

El Festival ElDorado es un espacio para celebrar la creatividad colombiana y para inspirar a los profesionales y jóvenes talentos a seguir creando ideas innovadoras y disruptivas que impacten positivamente en la sociedad.

FACTOR DE ÉXITO *emprende*

La visibilidad efectiva para **emprendedores y nuevos negocios**

Por su trayectoria y enfoque, además de su compromiso y calidad, Factor de Éxito se convierte en la vitrina ideal para que emprendedores y pequeños empresarios puedan conectar con el público adecuado y hacer crecer sus negocios.

A través de Factor de Éxito Emprende, la revista ofrece sus plataformas para visibilizar de manera efectiva y alcanzar impacto en varios formatos. Así, los pequeños negocios pueden tener exposición ante una audiencia compuesta por ejecutivos y empresarios, a través de una variedad de opciones de espacios publicitarios que incluyen la edición impresa y digital, newsletter, página web y redes sociales.

Esta visibilidad se puede concretar con una inversión accesible a través de tres planes adecuados a cada necesidad, lo que permite a emprendedores y nuevos negocios maximizar su retorno de inversión sin comprometer su presupuesto.

Dentro de la ecuación ganar-ganar, Factor de Éxito Emprende es la ruta efectiva para realizar una inversión publicitaria que permita llegar al público objetivo y acelerar el crecimiento del negocio.

FACTOR DE ÉXITO *emprende*

La visibilidad efectiva para
emprendedores y nuevos negocios

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

3 razones
para elegir esta plataforma

1 Audiencia clave

2 Impacto en varios formatos

3 Inversión accesible

CONOCE MÁS AQUÍ >>>

Carolina Monroy Muriel

Corredor Comercial Inmobiliario, United Commercial Advisors

Al inmigrante, no se olviden de vivir y seguir soñando

Con mis ideas y mis servicios podría ayudar a solventar necesidades y guiar a través de mis consultorías a comunidades para hacer un impacto en sus vidas y convertirnos en un mundo mejor para todos.

A lo largo de su recorrido, Carolina Monroy ha encontrado guía y apoyo en personas claves que la han ayudado a tomar decisiones significativas. Convencida de que su trayectoria es moldeada por aquellos que la rodean, se embarcó en el mundo de la industria financiera tras una recomendación valiosa.

Así comenzó su viaje de aprendizaje sobre cómo funciona el dinero en su nuevo país, cambiando su enfoque de trabajar por dinero a entender cómo el dinero puede trabajar para ella. En esta exploración, descubrió una necesidad profunda en la comunidad: la educación financiera, comenzando por la gestión de sus propias finanzas.

Esta transformación la llevó a empoderar a otros en su camino, compartiendo sus conocimientos para liberar a las personas de las deudas y enseñándoles cómo proteger sus activos y alcanzar metas financieras.

Su pasión por la educación financiera se ha convertido en su profesión, y su dedicación es impulsada por el deseo sincero de impactar vidas y romper los ciclos de pobreza generacional que limitan a la comunidad a vivir en riqueza y prosperidad.

Para esta profesional y para todos aquellos que emigraron en busca de un futuro mejor, la búsqueda de la felicidad está intrínsecamente ligada a empoderar a otros y construir un camino hacia la prosperidad financiera.

Comenzaste tu viaje en este país como inmigrante, enfrentando desafíos significativos. ¿Qué experiencias personales te han inspirado a convertirte en una defensora de la educación financiera y el empoderamiento económico?

Comenzando por mis primeros pasos en este país, en la búsqueda de construir mi crédito, me vi envuelta en una serie de deudas innecesarias que se podían evitar simplemente recibiendo asesoría de personas especializadas en el tema.

He descubierto que todos los errores financieros de la comunidad son por falta de información especializada.

La búsqueda de un mejor futuro para ti y las generaciones venideras es un motor poderoso. ¿Qué valores y enseñanzas has transmitido a tu hija adolescente mientras navegan juntas por este camino de oportunidades?

Destaco que llegamos hace 10 años a este país. Fue un camino muy fuerte, ya que en Colombia mi hija estaba criada como una niña que pensaba terminar su bachillerato ese año e ir a la

universidad inmediatamente, pero la vida le cambio drásticamente al vivir conmigo aquí, solas.

Yo trabajaba de domingo a domingo y no tenía tiempo para ella: la primera enseñanza para mi hija fue aprender a valerse por sí misma y trabajar por sus deseos, hoy en día estoy muy orgullosa de ella, ha trabajado fuerte por lo que tiene y ha conformado una familia de bien, es una gran madre, esposa e hija. Lo cual me demuestra que todos los sacrificios iniciales valieron la pena.

Tu trayectoria incluye un cambio hacia la industria financiera. ¿Cómo descubriste tu pasión por esta área y qué te motivó a dedicarte a ayudar a otros a alcanzar su libertad financiera*?*

Mi primer paso fue como clienta, tome mi seguro de vida tan pronto me lo ofrecieron, esto me dio una tranquilidad increíble al saber que el día que muera, le estoy dejando una herencia, jamás me reemplazará, pero es un legado. Al preguntarle a las personas que conocía si tenían un seguro, me di cuenta que raramente alguien lo tenía y que no le veían la importancia, más bien lo ven como un gasto.

Carolina Monroy Muriel
FIT FINANCIAL FUTURE®

Identifiqué también que es un tema cultural, porque los americanos lo tienen como costumbre proteger todos sus bienes y planearse financieramente, desde que nacen les abren cuentas de inversión, y cuando mueren sus patrimonios crecen de generación en generación.

El inmigrante trabaja muy fuerte y entre más tiene má gasta, y somos máquinas para hacer dinero, el asunto es retenerlo y saberlo invertir. Pero es triste ver en las redes los Gofundme para los entierros o en los supermercados alcancías pidiendo limosna por la misma situación (entierros). Aprender a vivir con lo que se gana y administrarse inteligentemente es la solución. Todo eso se logra con planificación financiera.

La educación financiera es una herramienta clave en el camino hacia el éxito financiero. ¿Cuál ha sido el aspecto más gratificante de ver cómo tus conocimientos y consejos han transformado la vida de las personas?

Mi gratificación más grande fue durante la pandemia, cuando las personas que estaban organizadas financieramente tuvieron menos estrés que las que no, por tener sus fondos de emergencia y sus seguros de vida al día.

La pandemia nos dejó muchas enseñanzas, dentro de ellas que las personas que no le veían la importancia al seguro ahora es una necesidad.

En tu recorrido, seguramente has tenido mentores y figuras inspiradoras. ¿Podrías compartir una experiencia en la que alguien haya influido positivamente en tus decisiones y te haya ayudado a superar obstáculos?

Claro que sí, mis coach y amigos Carlos y Mónica León, ejemplo de disciplina, persistencia y decisión. Y sobre todo mi máximo motor que me impulsa siempre a salir adelante, mi adorada hija y ahora su familia, mi nieto, yerno y el bebé en camino.

Tu misión incluye romper los lazos de pobreza generacional en la comunidad. ¿Qué estrategias o enfoques cree que son esenciales para lograr este cambio y crear un impacto duradero en la vida de las personas?

Totalmente convencida que la única manera es a través de la educación, primero a los padres, para que aprendan a administrarse financieramente, y creando un hábito esto se comparta generacionalmente.

La gestión del talento también es crucial en tu búsqueda de éxito. ¿Cómo identifica y nutre el potencial de quienes te rodean para que se unan a ti en esta misión de transformación financiera?

El primer paso es desear tener un cambio, segundo super importante, que le guste ayudar a otros, porque este camino es de mucha siembra. Si lo crees lo creas, todos lo podemos lograr.

La transformación digital es un componente inevitable en la actualidad. ¿Cómo ha adoptado la tecnología para amplificar sus esfuerzos y hacer que la educación financiera sea más accesible y efectiva?

Otro de los legados de la pandemia, hoy en día no tenemos que ir a la casa de los clientes, podemos hacer asesorías online, proteger personas a distancia en los 50 estados y utilizamos las redes sociales para

dar información de valor a la comunidad.

El equilibrio entre lo personal y lo profesional es fundamental. Como madre soltera y profesional apasionada, ¿cómo logras manejar tus responsabilidades mientras sigues persiguiendo tus metas personales y profesionales?

La búsqueda del equilibrio siempre es constante, y analizo que mientras más invierto en mí, más atraigo lo que deseo.

Tu historia es un testimonio de perseverancia y éxito. ¿Qué consejo le daría a quienes enfrentan desafíos similares y aspiran a convertir sus sueños en realidades tangibles, especialmente en un entorno de transformación constante?

Me dirijo específicamente al inmigrante como yo: emprendieron un viaje sin regreso, con una maleta llena de sueños dejando atrás familia, amigos, etc. Que esa decisión no la olviden por que vinieron a triunfar y a ser felices, no solamente a trabajar por dinero, que no se olviden de vivir y seguir soñando, pero que tomen acción hoy para lograr lo que se propongan, el mundo es enorme como para vivir presos de nuestras propias limitaciones.

EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE

FDE
FACTOR DE ÉXITO

PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL

LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

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

DESCARGA TODAS NUESTRAS **EDICIONES AQUÍ** >>>

Federico Fernández, presidente de la Cámara Panameña de Energía Solar; **Claudio Huepe,** ex ministro de Energía de Chile; **Isabel Figueroa de Rolo,** CEO y directora Editorial de Factor de Éxito; **Antonio Almonte,** ministro de Energía y Minas; **Isabel Cristina Rolo,** directora ejecutiva de Factor de Éxito; **Arianna Rolo,** directora de Mercadeo de Factor de Éxito; **Héctor Rolo,** director internacional de Ventas de Factor de Éxito

III Conversatorio

Integración de los recursos energéticos y mineros con enfoque en la gestión responsable

Revista Factor de Éxito, por tercer año consecutivo, realizó su evento Recursos Energéticos y Mineros, reuniendo a destacados invitados nacionales e internacionales en torno a la implementación de una perspectiva sostenible en el sector.

Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito

Antonio Almonte, ministro de Energía y Minas

Expertos y líderes empresariales en energía y minería se dieron cita en el III Conversatorio Recursos Energéticos y Mineros de Revista Factor de Éxito para explorar las oportunidades de integración y gestión responsable, abordando temas de sostenibilidad, fuentes renovables de energía, colaboración internacional, empresas distribuidoras, inversiones y recursos mineros.

El evento contó con la participación de personalidades como el ministro de Energía y Minas de la República Dominicana, Antonio Almonte; Claudio Huepe Minoletti, ex ministro de Energía de Chile y Federico Fernández Dupouy, presidente de la Cámara Panameña de Energía Solar, entre otras destacadas personalidades, "una muestra de cuánto se han consolidado estos espacios de disertación y encuentro, que organizamos con la fiel convicción de aportar a la construcción de una mejor sociedad", expresó Isabel Cristina Rolo, directora ejecutiva de Factor de Éxito, en sus palabras de bienvenida.

La apertura del conversatorio estuvo a cargo del ministro Antonio Almonte, quien refirió: "Como gobierno, estamos implementando cambios en la inversión del sector. Nuestro objetivo es abordar los problemas de distribución en la República Dominicana y llevar a cabo investigaciones que fortalezcan nuestro país".

"Más energía, menos emisiones, más sostenibilidad. Con esto, nos convertimos en una empresa líder en el país", señaló Jorge Galiber, CEO de TotalEnergies, durante su participación en el primer panel. Lo acompañaron Edward Veras, director ejecutivo de la Comisión Nacional de Energía ; Alfonso Rodríguez, viceministro de Ahorro y Eficiencia Energética; Manuel Cabral, vicepresidente ejecutivo de la ADIE, y Yomayra Martinó, fundadora y consultora líder de GreEnergy Dominicana, como moderadora.

El presidente de la Cámara Panameña de Energía Solar y profesor del IESA, Federico Fernández Dupouy, tuvo una dinámica participación, en donde manifestó que "en el planeta, una tercera parte de la electricidad, viene de energías renovables".

El segundo panel: "Desafíos que enfrenta el sector de generación eléctrica en base a fuentes de energía renovable", moderado por Paola Pimentel, gerente de Desarrollo de Negocios de AES Dominicana, reunió a Marvin Fernández, presidente de ASOFER; Rafael Orlando Gómez, viceministro de Energía; Emilio Contreras, consultor de Proyectos Financiados por Organismos Multilaterales; y Andrés Astacio, superintendente de Energía, quien afirmó que "la sociedad humana siempre tendrá necesidades infinitas. En consecuencia, el límite de la energía renovable será la tecnología".

"No hay transmisión sin transición", enfatizó Rafael Velazco, presidente de RAVEZA, durante su participación en tarima.

Arianna Rolo, directora de Mercadeo de Factor de Éxito; **Isabel Figueroa de Rolo,** CEO y directora Editorial de Factor de Éxito; **Claudio Huepe,** ex ministro de Energía de Chile; **Isabel Cristina Rolo,** directora ejecutiva de Factor de Éxito; **Héctor Rolo,** director internacional de Ventas de Factor de Éxito

Federico Fernández, presidente de la Cámara Panameña de Energía Solar

Omar Zacarías, investment Management Officer at IDB Invest

Douglas Hasbun, miembro del Comité de Energía AMCHAMDR

La gestión sostenible de la minería en República Dominicana, fue el tema del panel tres, el cual estuvo moderado por Miguel Díaz, viceministro de Minas, y reunió a Elizabeth Mena, vicepresidenta de Cormidom; Rolando Muñoz, director general de Minería; Julissa Báez, directora ejecutiva de ADOCEM, y Edwin de Jesús Deveaux Figari, vicepresidente de Falconbridge Dominicana, quien señaló que para la empresa que representa "lo más importante es el legado".

Edison Santos, fundador & CEO de Emprendimiento Sostenible, fue el encargado de moderar el panel cuatro, cuyo tema fue: "Desafíos y oportunidades para la sostenibilidad y eficiencia energética en el sector eléctrico" y contó con la intervención de Rafael Velazco, presidente de Raveza; Douglas Hasbun, miembro del comité de Energía de AMCHAMDR; Leonel Castellanos, pasado presidente de la Asociación de Empresas e Industrias de Herrera, y Omar Zacarías, oficial de gestión de inversiones de IDB Invest, quien resaltó: "Desde el Grupo BID buscamos apoyar proyectos en este proceso de inversiones sostenibles enfocados en la transformación energética".

En Conversación con Thony Da Silva, socio director de Pizzolante, Claudio Huepe Minoletti, ex ministro de Energía de Chile y académico encargado de energía en "Políticas Públicas de la Universidad Diego Portales", apuntó que "la transición energética conlleva costos significativos, por lo tanto, es necesario realizar el esfuerzo para minimizarlos al máximo".

En un nuevo espacio, denominado Innovation Talk, que tiene el objetivo de exponer iniciativas transformadoras, la periodista Elena Crespo presentó el proyecto empresarial del ingeniero Fidias de La Fuente sobre la producción de autos eléctricos en República Dominicana, que busca desarrollar la industria automotriz local a la vez que impacta positivamente en el crecimiento del país y la región.

Definitivamente, fue un encuentro que derivó en interesantes conclusiones y sinergias muy positivas para el país. Isabel Figueroa de Rolo, CEO de Factor de Éxito, cerró la jornada afirmando que "pequeñas acciones pueden tener un gran impacto" y que el medio de comunicación está cada día más comprometido con la promoción de espacios que fomenten el diálogo y la disertación constructiva en la República Dominicana.

Isabel Mariella Figueroa de Rolo
CEO y directora Editorial Factor de Éxito

EL IMPACTO DE ESG:
INTEGRANDO LA SOSTENIBILIDAD EN LAS EMPRESAS

Lesslie Davidovich
Chief Commercial Officer de Awards of Happiness

Desde Awards of Happiness queremos que los colaboradores le digan a la empresa si están de acuerdo con las iniciativas de ESG que se están llevando a cabo.

En los últimos años, el concepto de ESG (Environmental, Social, and Governance, por sus siglas en inglés) ha ganado prominencia en el mundo empresarial. Las empresas ya no solo se enfocan en generar beneficios económicos, sino que también se han vuelto conscientes de su impacto en el medio ambiente, en la sociedad y en la gobernanza interna.

Cada vez existen más modelos de consultoras o empresas certificadoras que con sus propias metodologías guían a las empresas a cumplir estándares de ESG.

ESG es un enfoque holístico que evalúa el desempeño de las empresas en tres áreas clave: ambiental, social y de gobernanza. Como párrafos introductorios podemos resaltar las siguientes definiciones para los tres pilares.

1. Medio Ambiente (Environmental):
El pilar ambiental se centra en cómo las empresas gestionan sus impactos en el medio ambiente. Esto incluye la reducción de la huella de carbono, la conservación de los recursos naturales, la gestión responsable de los residuos y el fomento de prácticas sostenibles en toda la cadena de suministro.

2. Social:
El pilar social examina el impacto de una empresa en la sociedad en la que opera. Las empresas socialmente responsables promueven la diversidad y la inclusión, protegen los derechos humanos, apoyan la comunidad local, garantizan condiciones laborales justas y seguras, y se comprometen con la ética empresarial en todas sus operaciones.

3. Gobernanza (Governance):
El pilar de gobernanza se refiere a cómo una empresa es administrada y supervisada. Se trata de tener estructuras de gobierno corporativo sólidas, una gestión transparente y responsable, políticas contra la corrupción, así como un enfoque en la ética y la integridad en todas las decisiones empresariales.

Atención porque ya existen empresas que no aceptan proveedores con emisiones de CO2 por encima de lo aprobado por Naciones Unidas.

¿Cuáles son los beneficios de la Integración de ESG en las Empresas?

La integración efectiva de ESG en la estrategia empresarial puede generar una serie de beneficios:

1. Generación de valor a largo plazo: Las empresas que se centran en ESG son más propensas a generar valor a largo plazo para sus accionistas, ya que están mejor posicionadas para enfrentar los desafíos futuros y capturar nuevas oportunidades relacionadas con la sostenibilidad.

2. Fortalecimiento de la reputación y la marca: Las empresas que se comprometen con prácticas sostenibles construyen una sólida reputación y una marca confiable. Esto no solo atrae a clientes y consumidores conscientes, sino que también les permite atraer y retener talento de calidad.

3. Gestión de riesgos: La integración de ESG en las operaciones empresariales ayuda a identificar y gestionar los riesgos relacionados con el medio ambiente, la sociedad y la gobernanza. Esto incluye riesgos como las regulaciones ambientales más estrictas, la pérdida de licencias o permisos, las demandas legales y la volatilidad del mercado.

4. Acceso a financiamiento sostenible: Cada vez más inversionistas y entidades financieras están considerando factores ESG al tomar decisiones de inversión. Las empresas que demuestran un sólido desempeño en ESG pueden acceder a fuentes de financiamiento sostenible y obtener condiciones más favorables.

5. Contribución a la sostenibilidad global: La adopción de prácticas empresariales sostenibles contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y ayuda a abordar los desafíos globales como el cambio climático, la desigualdad y la pobreza.

Conclusiones:
El enfoque en ESG se ha convertido en un factor crucial para el éxito empresarial a largo plazo. Las empresas que adoptan prácticas sostenibles no solo generan beneficios económicos, sino que también contribuyen positivamente al medio ambiente, la sociedad y la gobernanza. Al integrar ESG en su estrategia corporativa, las empresas pueden aprovechar una serie de beneficios, fortalecer su reputación y construir un futuro más sostenible para todos.

Por último, desde Awards of Happiness queremos que sean los colaboradores de las organizaciones los que premien y al mismo tiempo, exijan a sus empresas hacia dónde quieren ir ya que el propósito de aquellas será el mismo que el de las personas que las forman.

LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA COMBATIR LOS FRAUDES

Rodrigo Planas
Director, consultor y auditor independiente | Empresario

La Inteligencia Artificial (IA) es una herramienta poderosa para detectar y prevenir el fraude empresarial, que puede causar pérdidas millonarias y dañar la reputación de las organizaciones. La IA puede analizar grandes cantidades de datos, identificar patrones anómalos, alertar sobre posibles riesgos y sugerir acciones correctivas. Además, la IA puede aprender de forma continua y adaptarse a los cambios en el entorno y en las estrategias de los defraudadores.

Algunas de las aplicaciones de la IA para combatir el fraude empresarial son:

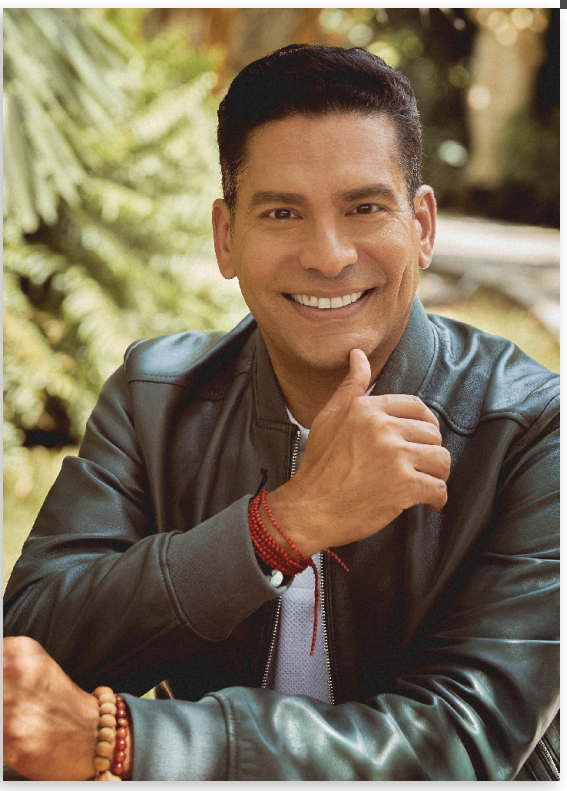
- Reconocimiento facial y biométrico: Estas tecnologías permiten verificar la identidad de las personas que realizan transacciones financieras, acceden a sistemas informáticos o ingresan a instalaciones sensibles. De esta forma, se puede evitar el robo de identidad, el acceso no autorizado y el uso fraudulento de tarjetas de crédito o cuentas bancarias.

- Análisis de redes sociales: La IA puede monitorear las actividades y las interacciones de los empleados, los clientes y los proveedores en las redes sociales, buscando señales de comportamiento sospechoso, como comentarios negativos, quejas, amenazas o chantajes. Así, se puede detectar a tiempo posibles casos de fraude interno, extorsión, sabotaje o fuga de información.

- Detección de anomalías: La IA puede aplicar algoritmos de aprendizaje automático y minería de datos para analizar los registros contables, las facturas, los contratos, los inventarios y otros documentos relacionados con la actividad empresarial, buscando inconsistencias, discrepancias o irregularidades que puedan indicar un fraude. Por ejemplo, la IA puede detectar facturas falsas, duplicadas o infladas, pagos indebidos, desvío de fondos o manipulación de estados financieros.

- Prevención de ciberataques: La IA puede proteger los sistemas informáticos de las empresas frente a los ataques de hackers, virus, malware o ransomware que buscan robar datos, dinero o información confidencial. La IA puede identificar y bloquear las amenazas en tiempo real, así como recuperar y restaurar los datos afectados.

La Inteligencia Artificial es una aliada estratégica para combatir el fraude empresarial, ya que ofrece ventajas como rapidez, precisión, eficiencia y escalabilidad. Sin embargo, también implica desafíos como la seguridad, la privacidad, la ética y la regulación. Por ello, es importante que las empresas implementen la IA con responsabilidad, transparencia y respeto por los derechos humanos.



UN NEGOCIO RENTABLE: EL SUEÑO DE TODO EMPRENDEDOR

Ismael Cala

Periodista, escritor, motivador y conferencista inspiracional y empresarial

www.IsmaelCala.com @cala ismaelcala Ismael Cala

Todos los que nos hemos aventurado a convertirnos en emprendedores, lo hemos hecho deseando crear negocios exitosos que generen ganancias sostenibles a largo plazo. ¿Pero cómo podemos lograr esa rentabilidad deseada? Tengamos en cuenta que manejar estos detalles desde un principio nos darán mayores posibilidades de sobrevivencia para viabilidad futura de nuestra idea.

Por ejemplo, una de las claves esenciales para ser rentables como emprendedores radica en tener una propuesta de valor clara y diferenciada. Es crucial identificar qué nos hace especiales, qué problemas resolvemos y cómo podemos brindar una experiencia excepcional a nuestros clientes. Al enfocarnos en nuestra propuesta de valor, podemos destacarnos en un mercado competitivo y atraer a clientes dispuestos a pagar por lo que ofrecemos.

De igual manera, la rentabilidad también está estrechamente ligada a una gestión financiera eficiente. Según un informe de la firma de consultoría PwC, aproximadamente el 50 % de los emprendimientos fracasan debido a problemas financieros.

Por esta razón, es fundamental tener un control preciso de nuestros ingresos y gastos. Debemos establecer presupuestos realistas, llevar un seguimiento riguroso de los costos y buscar constantemente formas de optimizar nuestros recursos. Una gestión financiera adecuada nos permitirá tomar decisiones informadas, maximizar nuestros márgenes de beneficio y garantizar la rentabilidad de nuestro negocio a largo plazo.

El mundo de los negocios es un terreno en constante cambio y evolución. Según un estudio realizado por la Universidad de Stanford, la adaptabilidad es uno de los factores clave para el éxito de los emprendedores.

Es crucial estar dispuestos a adaptarnos a las nuevas tendencias, ser flexibles en nuestras estrategias y estar abiertos a aprender y crecer constantemente. La capacidad de aprendizaje nos permite mantenernos actualizados, descubrir nuevas oportunidades y responder ágilmente a los desafíos que surjan en nuestro camino hacia la rentabilidad.

En el evento “El Negocio de ser tú” (https://cf.cala.academy/el-negocio-de-ser-tu), a realizarse de manera presencial y online entre el 31 de julio y el 1 de agosto en la ciudad de Miami, estaremos discutiendo ésta y otras temáticas que preocupan a los empresarios que inician su ruta profesional en esta nueva ruta, porque como emprendedores, estamos en un viaje emocionante y desafiante.

Siguiendo estas claves, y manteniendo un enfoque constante en el éxito rentable, podemos crear negocios sólidos y duraderos que nos brinden la realización personal y financiera que buscamos.

CAPITAL HUMANO: CLAVE PARA LA TRANSFORMACIÓN

Adriana Gallardo

Empresaria y conferencista

@adrianagallardo1

La transformación digital, medioambiental y energética está cambiando nuestra forma de vivir y, por ende, las necesidades que las empresas tienen de sus colaboradores. Por este motivo, de acuerdo con PwC, los directivos están preocupados por cómo desarrollar las capacidades necesarias para tener talentosos equipos de trabajo.

En su Encuesta Mundial de CEO, PwC señala que más de la mitad de los 4,410 presidentes y consejeros delegados consideran que la falta de capacidades y de empleados afectará la rentabilidad de su sector.

Por otro lado, un informe del Foro Económico Mundial menciona que el 65 % de los estudiantes de primaria, cuando sean adultos, tendrán profesiones que aún no existen. También señala que las organizaciones de todos los sectores consideran que las principales barreras para su transformación son la falta de competencias y la dificultad para atraer talento.

Tan solo el 48 % de los directores de marketing de los mayores retails fueron reemplazados en los últimos 12 meses; mientras que el 30 % de los CEO piensan despedir a sus CMO el próximo año, por no tener la capacidad de liderar una transformación digital.

De acuerdo al enfoque propuesto por PwC, que propone cambiar la manera en que se piensa el empleo y dar prioridad a las capacidades, podrían beneficiarse 100 millones de personas en todo el mundo.

Cuando implementamos este modelo de contratación disruptivo, empezamos a dar más prioridad a las habilidades y capacidades reales de una persona, y no solo a la universidad de la cual se graduó; además de concentrarnos en las capacidades continuas y en la búsqueda del colaborador por desarrollarse continuamente.

Para implementar este modelo, se pueden seguir tres puntos:

-Promover la formación continua y actualización de habilidades.

-Reevaluar los criterios de contratación, dando prioridad a las habilidades y capacidades reales.

-Fomentar una cultura de innovación y adaptabilidad en la organización.

Para tener éxito en un entorno cambiante debemos priorizar el desarrollo del capital humano, promover la formación continua, reevaluar los criterios de contratación y fomentar una cultura de innovación. Esto nos va a permitir potenciar el talento y garantizar el éxito empresarial a largo plazo.

¿Quieres liderar la transformación y prosperar en un mundo en constante evolución? ¡El capital humano es la clave! Aprende a construir equipos de alto rendimiento en mi programa EBS.

Adriana Gallardo es conferencista internacional, autora y líder del emporio Adriana's Insurance. Business y Life Coach, autora y productora. Creadora de "Chingona Circle", un grupo que empodera a la mujer y de la serie de conferencias "Empodérate", que ayudan a emprendedores y dueños de negocio a alcanzar sus metas. Vive en California.

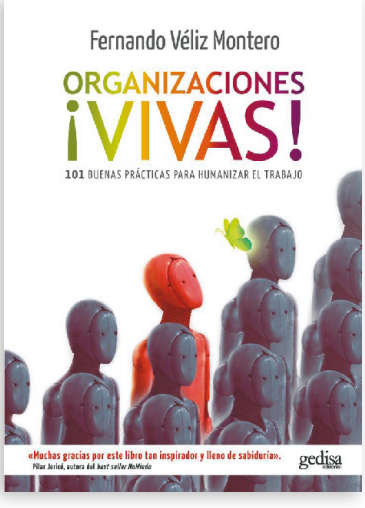
“LAS COSAS NO CAMBIAN; CAMBIAMOS NOSOTROS”

Fernando Véliz Montero

Doctor y Magister en Comunicación, Coach Ontológico

Cuando escribí “Organizaciones ¡Vivas!” (Gedisa) pude entender que parte del proceso de convivencia de una organización resulta fundamental cuando el reto es dar el giro y transformar, en algo, el cómo nos vivimos a diario la experiencia laboral. Bajo este escenario el sentido de las cosas resulta crucial, es decir, el por qué y el para qué de lo que hacemos. “El cambio por sí solo no cambia nada” (Heráclito).

Muchas organizaciones declaran articular procesos transformacionales; diversas compañías enfatizan que, porque tienen modernos software; vanguardistas discursos y eficaces instrumentos tecnológicos, son instituciones flexibles y adaptativas, culturalmente hablando. ¡Craso error!



Hablar de transformación cultural, es hablar de agilidad y capacidad para aprender, desaprender y reaprender (Alvin Toffler). Y esta capacidad de cambiar, de mutar y dinamizar el saber presente, nace cuando ya no se habla de “equipos de trabajo”, sino de “comunidades de aprendizaje”. Y esto surge porque la flexibilidad cultural es el resultado de una organización sana desde el campo del relacionamiento; con líderes conscientes, justos y comprometidos con el saber; con una ética organizacional forjada desde la motivación del colectivo; con una dinámica redárquica (inteligencia colectiva) en expansión y fortalecimiento continuo; con la certeza de que informar es dar y comunicar es entenderse; con un diálogo colaborativo, forjado en la confianza, la coordinación de acciones y al servicio de un propósito común… ¡en fin!, porque nos damos cuenta de que la transformación cultural, en el ámbito que se requiera, tiene que surgir de un elemento común: que el propósito del cambio, verdaderamente -NOS- importe.

Por otra parte, es relevante enfatizar que los talentos en su globalidad no buscan solo sueldos atractivos, sino también espacios donde poder sumar dinamismo, excelencia, innovación y transformación al fenómeno de la gestión, desde empresas comprometidas y eficaces. Es decir, los talentos ven en todo proceso transformacional una gran posibilidad y, a la vez, también comprenden que la cultura de una organización, muchas veces forjada desde relatos inconsistentes entre el decir y el hacer, producen con el tiempo, espacios laborales refractarios y laxos frente a los entornos BANI (entornos frágiles, quebradizos, ansiosos, no lineales e incomprensibles).

Por lo mismo, no es de extrañar los altos índices de fracaso en lo que respecta a los procesos transformacionales de corte tecnológico, como tampoco resulta extraño el comprender que un alto porcentaje de las empresas no cambian, porque sus propios líderes son incapaces de cambiar. “Debes ser el cambio que deseas ver en el mundo” (Gandhi).

Pero creo que el tema de fondo es otro, el gran tema es entender que para hablar de transformación cultural hay que hablar de identidad organizacional (quién soy yo como organización, mis valores y creencias) y, desde ahí, escalar a la cultura organizacional (ecosistema axiológico y gnoseológico que se funda en la acción) para, finalmente, articular una reputación organizacional (identidad fundada del ser al hacer) verosímil en el tiempo.

Por último, en “Organizaciones ¡Vivas!” (Gedisa), mi último libro, enfatizo que, para transformar a otros, antes debo transformarme yo, como ser humano y colectivo laboral, también. De igual forma, urge habitar el cambio en forma consciente desde todas las aristas posibles (cognitiva, emocional, ética, laboral, corporal, entre otras). Y como expuso un día Viktor Frankl en su aclamado libro, “El Hombre en Búsqueda de Sentido”: “Cuando no somos capaces ya de cambiar una situación, nos enfrentamos al reto de cambiar nosotros mismos”.

CINCO PUNTOS A CONSIDERAR A LA HORA DE GESTIONAR EL TALENTO EN PLENA TRANSFORMACIÓN

Álvaro "Cuco" de Venegas

International Senior Advisor for Growing Trends & Innovation

https://linkedin.com/in/cucodevenegas

El impacto desde la fase de atracción en la gestión del talento de los colaboradores internos o externalizados, remunerados o voluntarios, temporales o con productivos y reconocidos años de vinculación, dependerá de cada uno y de cada relación con los valores corporativos y procesos propios de adaptación y fomento de "nuevos" puntos de vista, a diferencia de otros, que verán en la rutina la mejor manera de "no cambiar nada".

Tomar decisiones respecto del plan de desarrollo del talento, pueden potenciarse con técnicas, metodologías e incluso tecnologías provenientes de los procesos de transformación, ya sean corporativa, cultural, tecnológica o digital.

Es importante que los altos mandos de las empresas puedan asumir responsablemente -y con sentido- la gestión de la transformación en sus corporaciones, ya que peor que no alcanzar los cambios a tiempo, es tener que someterse a la "resistencia" a ese cambio. Si los colaboradores no son involucrados desde el inicio, o se asignan roles en base a la historia y no considerando las futuras dedicaciones o estructuras, el resultado más que probable estará marcado por el fracaso.

Con independencia de la metodología empleada, existe un consenso desde el momento en que se decide que se van a generar cambios, para procurar alcanzarlo. Consideremos estos cinco principios:

1. El primer tipo de Transformación que hay que afrontar, es la Cultural. Deberemos contar con la mentalidad de los colaboradores y así lograr que efectivamente adopten las nuevas formas de hacer del negocio o incluso las tecnologías. Difícilmente se podrá poner en marcha un Fórmula 1 con combustible para un motor de dos tiempos, unas ruedas desalineadas y dispares, así como sin pilotos preparados ni mecánicos que asistan. La idea es informar el propósito y preparar a los equipos previamente, para así después, sacar partido a las nuevas herramientas tecnológicas o metodológicas que se decida.

2. Si hay algo que existe en la naturaleza de todo el talento al interior de la organización, por muchos planes de fidelización que se hayan implementado, es su Resistencia al Cambio. Desde uno a todos, dependiendo de cómo se plantee el proceso, siempre habrá alguien que no sólo no comprenda el proceso, sino que cuestione el para qué, el cómo y hasta la propia supervivencia en la nueva realidad. La mejor manera de evitar los "siempre se ha hecho así", es acercar y potenciar a los agentes de cambio naturales, aquellos dispuestos a afrontar nuevos retos como si de exploradores se tratara, embajadores de la nueva realidad.

3. El entorno innovador puede ayudar, pero no garantiza la Transformación en sí, la que sólo tendrá efecto si es que se potencian las iniciativas para comprender y adaptar la "nueva realidad" a la "antigua forma de hacer" del talento. Para ello se deberán fomentar las ideas desde el interior de la organización, estén alineadas con el plan estratégico, o completamente pensados fuera de la caja: el objetivo es involucrar a las bases, y si es innovando, dos veces mejor.

4. Acotar los ejemplos, realizar Pruebas de Concepto (PoC), experimentos piloto, Mínimo Producto Viable (MVP) y prototipos, sometiéndolos a test de esfuerzo y de saturación relacionados con la "nueva realidad", dará la posibilidad de que nuestros talentos se sientan parte del proceso de cambio. No todo vendrá impuesto.

5. La incertidumbre es lo único de lo que se tiene certeza en un proceso de cambio. Dice el dicho, que "toda escoba nueva barre mejor", entonces, no deberíamos extrañarnos que pese a toda esa resistencia de la que hablábamos, desapareciera, y se alabaran los nuevos procesos. De lo que tenemos que ser conscientes es de que tenemos que tener también, mucha capacidad de autocrítica, reconocer el tiempo que estuvimos "sin hacerlo bien" o de forma óptima, y para ello hace falta abrir los canales de comunicación desde las bases de la organización

Y pensar que nuestro talento, sólo está empezando en este proceso…

sesderma

listening to your skin

C-VIT 5

Multiplica tu luz

x5

vitaminas C

Descubre la increíble luminosidad que solo el primer Sérum con 5 tipos de vitaminas C liposomadas puede aportar a tu piel. **¿Lista para mostrar toda tu luz?**

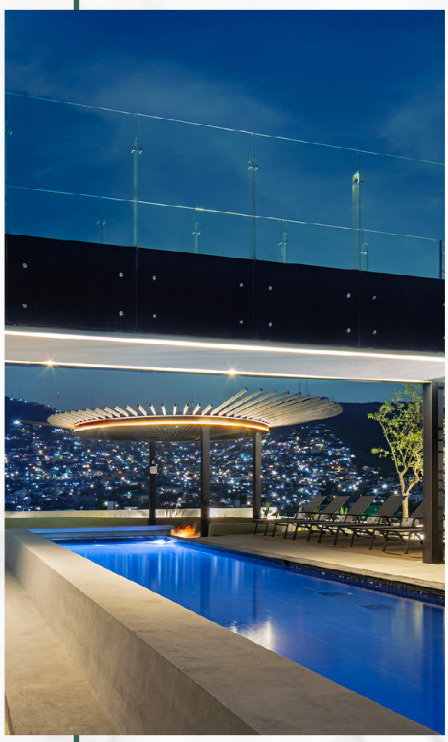
Mayor hidratación y efecto antiedad
Ácido hialurónico y proteoglicanos

Estimula la síntesis de colágeno
Centella asiática

Complejo tensor inmediato

WWW.SESDERMA.COM.DO

GALERÍA PLAZA
MONTERREY



HAZ DE MONTERREY TU DESTINO FAVORITO

Disfruta el hotel con la mejor tecnología y espacios vanguardistas.

Reserva tu evento:

55.5339.1062

gruposyconvenciones@brisas.com.mx

GRUPO BRISAS