

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

MIAMI 

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

Álvaro Daniel Cagüeñas Hernández

CEO de Prominence Partners | Presidente Ejecutivo de GLBC
Consultor C-Level | Mentor y Coach Estratégico

Arquitecto del Liderazgo Convergente:
Transformando organizaciones
con propósito en el punto de inflexión

Talento y tecnología: El punto de intersección en la transformación digital

Tony S. Medina

Director de InterAction XXI | Psicólogo,
terapeuta, coach y conferencista internacional

Liderar con empatía: la fuerza
humana detrás de toda gran
transformación

Edgar Pérez

Conferencista Internacional y
Experto en Innovación Tecnológica

"La comunicación
es el puente entre la
innovación y la adopción"

Jorge Ramírez Díaz

Managing Director & Partner -
Untold

"Ningún algoritmo
reemplaza una conversación
significativa"

Gente de Éxito

Diego Ledesma

Consultor en transformación
organizacional y liderazgo digital

"La IA no reemplaza la
sensibilidad humana, la
amplifica"

WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE



30 DE AGOSTO
2025

PGA
Ocean's 4



2025 网赛 1573
WORLD FINAL
Road to
SHANGHAI

¡Inscríbete, compite y gana
la oportunidad de jugar en la **final mundial!**



MÁS INFORMACIÓN:
849-354-5724 | info@revistafactordeexito.com

FDE
SPORTS

FACTOR DE ÉXITO

FDE
FACTOR DE ÉXITO

EXPO 2025

FACTOR DE ÉXITO 5

LIDERAZGO EMPRESARIAL
Y DE NEGOCIOS

¿Por qué participar?

- Conexiones directas con inversionistas y decisores de alto nivel
- Proyectos inmobiliarios exclusivos y oportunidades de inversión premium
- Networking estratégico con líderes empresariales globales

Sostenibilidad y Convergencia: El futuro de los negocios en el Caribe

Real Estate | Energía Renovable | Turismo | MiPymes

24 y 25 de octubre 2025

Hotel Sanctuary Cap Cana



Un encuentro diseñado para:

- Desarrolladores inmobiliarios de clase mundial
- Fondos de inversión internacionales
- Operadores hoteleros de prestigio global
- Líderes en energías renovables
- MiPymes innovadoras

¡Asegure su lugar en el evento empresarial más exclusivo del Caribe!

Sea parte del futuro empresarial del Caribe:
cada conexión es una oportunidad
para crear el próximo gran proyecto regional.

Acceda a la información aquí



La tecnología evoluciona,
pero el talento es quien la
convierte en progreso.

Isabel Figueroa de Rolo

CEO y Directora Editorial, Factor de Éxito

En un mundo donde lo digital avanza a velocidad vertiginosa, nos encontramos frente a una verdad incuestionable: la transformación digital no es una opción, es una necesidad. Pero hay algo que esta revolución no puede —ni debe— reemplazar: el factor humano.

La tecnología evoluciona, pero el talento es quien la convierte en progreso.

En esta edición internacional de Factor de Éxito, recorremos el punto de intersección donde el capital humano y la tecnología se encuentran para redefinir el presente y construir el futuro. Desde las voces que lideran la banca digital, pasando por expertos en inteligencia artificial aplicada al reclutamiento, hasta formadores de líderes que entienden que sin habilidades humanas no hay innovación sostenible, encontramos una verdad transversal: la transformación digital es tan profunda como el talento que la guía.

Según un estudio de McKinsey & Company, el 87% de las organizaciones en el mundo ya enfrentan brechas de habilidades digitales y el 61% afirma que esas brechas se han vuelto más críticas desde la pandemia. Mientras tanto, el World Economic Forum proyecta que más del 40% de las competencias laborales actuales cambiarán para 2027 debido al avance de la automatización, la inteligencia artificial y el aprendizaje automático.

Esto nos obliga a una reflexión esencial: quien no abraza la transformación digital será sustituido por quien sí se prepare para liderarla.

No se trata solo de aprender nuevas herramientas, sino de reaprender cómo lideramos, cómo nos comunicamos y cómo resolvemos problemas en entornos cambiantes. Las empresas más

exitosas no son las que más invierten en tecnología, sino aquellas que forman, valoran y escuchan a su gente. Porque incluso la IA más sofisticada necesita propósito, contexto y ética. Y eso sólo puede darlo el ser humano.

En esta edición especial, los testimonios que compartimos dan cuenta de un cambio cultural que ya no es futuro, sino presente. Desde las grandes urbes hasta las regiones emergentes, desde startups disruptivas hasta corporaciones consolidadas, vemos cómo el talento humano es el verdadero motor de la transformación digital.

Hoy más que nunca, el liderazgo se define por la capacidad de adaptarse y aprender continuamente. Quien desarrolla habilidades técnicas pero no cultiva su visión estratégica y humana, se queda a mitad del camino. Por eso, desde Factor de Éxito, apostamos por visibilizar a quienes lideran esta nueva era entendiendo que la tecnología es el medio, pero el talento es el fin.

Esta edición es un homenaje a quienes están cambiando las reglas del juego. A quienes entienden que no hay transformación digital sin transformación humana. A los líderes del presente que ya están construyendo el futuro.



Desarrolla tu Liderazgo Con Evidencia Neurocientífica

Nuestros **entrenamientos**

- Autorregulación emocional
- Toma de decisiones consciente
- Motivación basada en el cerebro

 social
Website



[contenido]

portada



Arquitecto del Liderazgo Convergente:
Transformando organizaciones con
propósito en el punto de inflexión

pág. **12** | **Álvaro Daniel Cagüñas Hernández**
CEO de Prominence Partners | Presidente Ejecutivo de
GLBC | Consultor C-Level | Mentor y Coach Estratégico

INTERVIEW



El Estratega del Conocimiento:
Transformando organizaciones
para el futuro digital

pág. **20** | **Emmanuel Puga**
Fundador y CEO de Great Plan, Especialista
en transferencia estratégica del conocimiento

INTERVIEW



Liderar con empatía: la fuerza humana
detrás de toda gran transformación

pág. **26** | **Tony S. Medina**
Director de InterAction XXI | Psicólogo,
terapeuta, coach y conferencista internacional

INTERVIEW



“La comunicación es el puente
entre la innovación y la adopción”

pág. **34** | **Edgar Pérez**
Conferencista Internacional y
Experto en Innovación Tecnológica

INTERVIEW



“Ningún algoritmo reemplaza
una conversación significativa”

pág. **49** | **Jorge Ramírez Díaz**
Managing Director & Partner - Untold

Gente de éxito



“La IA no reemplaza la sensibilidad
humana, la amplifica”

pág. **53** | **Diego Ledesma**
Consultor en transformación
organizacional y liderazgo digital

► **Revista Factor de Éxito Miami**
Número 18, Año 4



[directorio]

CEO y 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

CEO-Directora Editorial:
Isabel Figueroa de Rolo

Director de Arte:
Héctor Rolo Pinto

Directora de Mercadeo:
Arianna Rolo

Coordinadora de Comunicaciones:
Eidrix Polanco

Redacción:
Isamar Febres

Asesora comercial:
Rosely Matos

Secretaria Administrativa:
Eimy Pimentel

Digital Content Manager:
Tina Pérez
Lina Bsaris

Web Master:
Juan Rebolledo

Digital Marketing Manager:
Jacqueline Leon

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

Portada:
Alvaro Daniel Cagüenas Hernández
CEO de Prominence Partners | Presidente Ejecutivo de GLBC | Consultor C-Level | Mentor y Coach Estratégico

Articlistas de esta Edición:
Andres Silva Arancibia
Alvaro Cuco De Venegas
Amarilis González
Gonzalo Zermeño

Revista Factor de Éxito Miami

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.
Sanche Naco. Santo Domingo.
Teléfonos: +1 829.340.5724 – 809.542.2479
info@revistafactordeexito.com

Referente para pequeñas empresas

Un análisis de Clarify Capital, basado en datos estado por estado, revela cuáles territorios de EE. UU. ofrecen el entorno más favorable para el crecimiento de las pequeñas empresas en 2025. El estudio evaluó factores como el número de nuevas solicitudes comerciales, acceso a financiamiento, densidad empresarial y políticas que impulsan el emprendimiento.

Florida encabeza la lista nacional en densidad de pequeñas empresas, con 13.822 por cada 100.000 residentes, marcando un nuevo récord en el país. Además, ocupa el tercer lugar en solicitudes

de nuevos negocios per cápita, lo que refleja un sólido dinamismo empresarial, y también el tercer puesto general en clima para pequeñas empresas.

Sin embargo, persisten desafíos: Florida se ubica en el puesto 14 en aprobaciones de préstamos de la Administración de Pequeñas Empresas (SBA) per cápita y en el 23 en tamaño promedio de esos préstamos, lo que sugiere limitaciones en el acceso a capital de crecimiento.

Aun así, el estado mantiene un entorno atractivo gracias a políticas que reducen cargas burocráticas,



amplían el financiamiento y apoyan a los emprendedores. El estudio también advirtió que, en otros estados, políticas fiscales restrictivas y menor acceso al capital obstaculizan el desarrollo empresarial. En conjunto, Florida sigue siendo un referente nacional en la creación y fortalecimiento de pequeñas empresas.

IA y el liderazgo hispano

La Cámara de Comercio Hispana del Sur de la Florida (SFLHCC) llevó a cabo con éxito su Simposio Anual sobre Inteligencia Artificial, reuniendo a expertos de renombre para analizar el impacto transformador de la IA en los sectores empresarial, de la salud, la hospitalidad y la educación.

El panel central, titulado “Movidas Inteligentes: El Poder y los Retos de la Inteligencia Artificial en los Negocios, la Salud, la Hospitalidad y la Educación”, fue moderado por Eileen Cardet, presentadora ganadora de un premio Emmy de Univision 23, y contó con destacados representantes de la academia, la salud y la tecnología. Los participantes compartieron perspectivas sobre los beneficios y desafíos de la IA, abordando temas como la medicina de precisión, la ciberseguridad, la automatización de procesos y la personalización en la educación.



Posteriormente, la SFLHCC presentó los Premios Campeones de la Salud, que reconocieron a doce personas por sus contribuciones excepcionales a la salud y el bienestar de la comunidad, destacando su compromiso con la innovación y el impacto social.

El evento reafirmó la misión de la SFLHCC de impulsar la adopción de tecnologías emergentes entre sus miembros. A través de su Comité de Tecnología Empresarial, la Cámara promueve la capacitación, el intercambio de conocimiento y la competitividad en un entorno económico digital en constante evolución, fortaleciendo así el liderazgo empresarial hispano en el sur de la Florida.

Récord histórico de empleo en construcción

El sector de la construcción en Miami-Dade vive un auge histórico, con un crecimiento anual del 8,2% en el empleo, muy por encima del promedio estatal y nacional. En junio, el condado alcanzó un récord de 63.400 trabajadores, el nivel más alto de su historia, tras cinco meses consecutivos de incrementos. En contraste, Florida en su conjunto solo creció un 1,1% en este sector durante el último año y perdió 1.600 empleos entre mayo y junio.

En la última década, la construcción en Miami-Dade pasó de 40.200 empleados en 2015 a más de 63.000 en la actualidad,

consolidándose como el motor del mercado laboral local. El desempleo en el condado se ubicó en 2,4% en junio, el más bajo desde enero.

A nivel nacional, la construcción sumó 15.000 empleos en junio, alcanzando 8,32 millones de trabajadores. La escasez de mano de obra impulsa salarios al alza: el promedio por hora para operarios y no supervisores subió 4,6% en un año, llegando a 37,20 dólares, por encima del aumento salarial general del 3,9%.

Sin embargo, las medidas migratorias y las deportaciones



han limitado la disponibilidad de trabajadores calificados, lo que podría dificultar la ejecución de proyectos clave en manufactura avanzada, infraestructura, energía y centros de datos.

Florida brilla en economía y talento laboral

Florida ha sido reconocida como el tercer mejor estado para hacer negocios en 2025, según el ranking "Top States for Business" de CNBC. El informe evalúa a los 50 estados de EE.UU. en 135 métricas agrupadas en 10 categorías como economía, fuerza laboral, infraestructura, innovación y calidad de vida.

El estado lidera el país en economía por tercer año consecutivo y ocupa el segundo lugar en fuerza laboral, factores clave para su competitividad. Entre sus ventajas, destacan el bajo número de empleados estatales per cápita, la deuda más baja, el segundo menor gasto público y la ausencia de impuesto estatal sobre la renta, lo que atrae a empresas e inversionistas.

En otras categorías, Florida se ubicó en los puestos 16 en infraestructura, 12 en tecnología e innovación, 22 en calidad de



vida y costo de hacer negocios, y 23 en facilidad para emprender. No obstante, enfrenta desafíos en costos operativos, burocracia y acceso a vivienda.

Carolina del Norte lidera el ranking, seguida de Texas,

gracias a su entorno empresarial y grandes inversiones como los 10 mil millones de dólares de Amazon. Florida, con su entorno proempresarial y crecimiento sostenido, se consolida como uno de los polos de inversión más atractivos del país para 2025.

IGC Florida: Líderes futuros

El Instituto de Gobernanza y Educación Cívica (IGC) de la Universidad Estatal de Florida, creado en 2023 por legislación estatal, impulsa la renovación de la educación cívica y la promoción de la libertad a través de investigación, programas académicos y eventos públicos. Su misión es fortalecer la libertad constitucional, económica, de conciencia y educativa, fomentando el diálogo y la participación ciudadana informada.

Entre sus iniciativas destacan la única Clínica Jurídica de la Primera Enmienda en Florida y un Grado

Interdisciplinario en Estudios Cívicos y de la Libertad, con cuatro especializaciones para preparar a los estudiantes en ciudadanía y desarrollo profesional. Encuestas del IGC revelan que los jóvenes de 18 a 24 años son menos proclives a interactuar con personas de opiniones políticas opuestas, reflejando una creciente polarización que incluso afecta relaciones personales.

El Instituto también estudió la opinión pública sobre el fallo de la Corte Suprema en *Mahmoud v. Taylor*, encontrando un 61% de apoyo a que los padres puedan excluir a sus hijos de lecciones



contrarias a sus creencias religiosas. Asimismo, un 53% respalda eliminar libros con temas transgénero de escuelas primarias, priorizando la adecuación por edad.

Coworking y empleo impulsan la región

Tampa ha sido reconocida como una de las mejores ciudades de Estados Unidos para recién graduados universitarios que inician sus carreras profesionales, según un informe de CoworkingCafe. La ciudad ocupó el noveno lugar entre las 100 urbes más grandes del país evaluadas por su potencial de desarrollo profesional, logrando por primera vez un lugar en el top 10.

El estudio consideró factores como disponibilidad de empleo, ingreso medio de los graduados, asequibilidad, acceso a comodidades y espacios de coworking. Tampa destacó por su alta tasa de empleos de nivel inicial per cápita y por consolidarse como un destino emergente para jóvenes profesionales en sectores como tecnología, salud, finanzas y servicios empresariales.

El informe señaló que este posicionamiento refleja el impulso económico de la ciudad y su



atractivo frente a los altos costos de otras áreas metropolitanas. Datos de WalletHub respaldaron estas fortalezas, resaltando tanto el crecimiento económico como la llegada de residentes entre 25 y 34 años.

La asequibilidad también representa un factor clave, ya que el costo de vida en Tampa es más bajo que el promedio nacional, lo que facilita a los jóvenes lograr

estabilidad financiera al comenzar sus carreras.

Asimismo, el auge de los espacios de coworking ha potenciado la flexibilidad y las oportunidades de networking, favoreciendo a trabajadores remotos, autónomos y startups.

Tampa fue, junto con Orlando, una de las únicas ciudades de Florida en figurar entre las 10 principales.

Crecimiento empresarial

La economía del sur de Florida mantiene un ritmo de crecimiento superior al promedio nacional, impulsada por la creación de empresas y el fortalecimiento del empleo, según el más reciente Informe de Perspectivas Económicas de la Florida Atlantic University (FAU).

El estudio, liderado por el doctor Bryan Cutsinger, muestra que los sectores de información y servicios financieros figuran entre los mejor remunerados en los condados de Palm Beach, Broward y Miami-Dade. Sin embargo, las actividades de Comercio, Transporte y Servicios Públicos, junto con servicios profesionales, comerciales, educativos y de salud, concentran la mayor parte del empleo en la región.

En número de empresas, Miami-Dade encabeza con más de 126.000 negocios, seguido por Broward



(84.000) y Palm Beach (73.000), evidenciando la migración sostenida de compañías tras la pandemia y consolidando al sur de Florida como el llamado “Wall Street del Sur”.

El informe, actualizado trimestralmente, incluye tres herramientas clave: el Rastreador Empresarial, el Rastreador del Mercado Laboral y el Análisis de Producción de los Tres Condados. Estas métricas permiten comprender la evolución del

panorama económico local, ofreciendo datos útiles para empresarios, responsables de políticas y residentes.

En términos de producción, el sur de Florida alcanzó más de \$400 mil millones de PIB real en 2023, representando el 31% del total estatal. Con tasas de crecimiento del PIB entre 3,5% y 4,8%, la región reafirma su posición como una de las economías metropolitanas más dinámicas y robustas de Estados Unidos.

Capacitación que impulsa el éxito

Cruise Planners, la red de franquicias de agencias de viajes con sede en el hogar más grande de EE. UU., continúa consolidando su liderazgo al ofrecer programas de capacitación y apoyo diseñados para garantizar el éxito de sus franquiciados. Según un seminario web de Franchise Business Review, la compañía proporciona a los nuevos emprendedores una integración completa que les permite iniciar su negocio con confianza, incluso sin experiencia previa en la industria.

Theresa Scalzitti, directora de operaciones, destacó la capacitación presencial de seis días en la Universidad STAR,

complementada con módulos de autoaprendizaje y coaching continuo, lo que asegura un desarrollo progresivo. Por su parte, la asesora Phyllis Bixler compartió su experiencia personal, resaltando cómo la formación, la tecnología de vanguardia y el respaldo comunitario de la marca le permitieron consolidar un negocio próspero.

Fundada en 1994, Cruise Planners cuenta con más de 2,500 franquiciados respaldados por programas de marketing innovadores, herramientas tecnológicas exclusivas y apoyo ejecutivo. La compañía ha sido reconocida durante 18 años consecutivos como la franquicia



de viajes número uno por Entrepreneur y obtuvo un índice de satisfacción del 99% entre sus franquiciados en 2024 y 2025.

Con la creciente demanda de viajes, Cruise Planners ofrece a los emprendedores una oportunidad atractiva para construir un negocio flexible y rentable, respaldado por una marca nacional con amplia trayectoria y prestigio.

Arquitecto del Liderazgo Convergente: Transformando organizaciones con propósito en el punto de inflexión

Álvaro Daniel Cagüeñas Hernández

CEO de Prominence Partners | Presidente Ejecutivo de
GLBC | Consultor C-Level | Mentor y Coach Estratégico

prominence

GLOBAL
LEADERSHIP
& BUSINESS
CONFEDERATION

“Nuestro foco está en humanizar la transformación digital, para que las personas no solo adopten tecnología, sino que la transformen con propósito.”

En la intersección entre el liderazgo visionario y la transformación digital se encuentra Álvaro Daniel Cagüeñas, un estratega que ha influenciado a más de 20,000 personas en cinco continentes. Su trayectoria excepcional como Administrador de Empresas con Global MBA, estudios en Harvard Business School y formación especializada en instituciones élite como el Instituto de Empresa (Madrid) y la European School of Management and Technology (Berlín), ha forjado un perfil multicultural que trasciende fronteras geográficas e intelectuales.

Como CEO de Prominence Partners, Cagüeñas ha redefinido el concepto de consultoría estratégica, implementando metodologías disruptivas que han permitido a organizaciones transformar sus modelos de negocio en entornos altamente competitivos. Su liderazgo al frente de la Global Leadership & Business Confederation (GLBC) ha catalizado la creación de redes colaborativas entre ejecutivos de alto nivel, facilitando la transferencia de conocimiento y mejores prácticas entre Norteamérica y Latinoamérica.

Su rol como consultor C-Level le ha permitido influir directamente en la toma de decisiones estratégicas de corporaciones multinacionales, mientras que su faceta como speaker internacional ha democratizado el acceso a conocimiento de vanguardia sobre transformación organizacional. Como mentor y coach estratégico, ha cultivado una nueva generación de líderes que combinan visión de negocio con sensibilidad humana, multiplicando así su impacto en diversos sectores y geografías.

Su visión de las “Organizaciones de Inteligencia Evolutiva” refleja un profundo entendimiento del punto de inflexión actual—ese momento crítico donde convergen las disrupciones tecnológicas, los cambios en las expectativas del talento y la redefinición de propósitos corporativos. Este punto de inflexión representa tanto un desafío como una oportunidad sin precedentes para las organizaciones que aspiran a trascender en el panorama empresarial del futuro.

Desde Miami, convertido en hub tecnológico estratégico, Cagüeñas lidera iniciativas que posicionan a esta ciudad como epicentro de conexión entre culturas, metodologías y capital. Su enfoque integra la estrategia y la innovación con el capital humano para crear ecosistemas de negocios sostenibles y con propósito, preparados para navegar la complejidad del entorno global.

Su perspectiva sobre el futuro del liderazgo latinoamericano al 2030 revela una visión donde la interculturalidad, la innovación sistémica y la integración del propósito con la rentabilidad serán determinantes para las organizaciones que prevalezcan. Este enfoque refleja su compromiso con un liderazgo que no solo busca el éxito empresarial, sino que aspira a dejar un legado transformador en la sociedad.

Como CEO de la firma consultora Prominence Partners, Presidente de Global Leadership & Business Confederation, Speaker Internacional y Miembro de juntas directivas de compañías, donde uno de sus hub de operaciones está en Miami para Estados Unidos y Latinoamérica ¿cómo esta perspectiva de manejar compañías multiperfiles, multiculturales y multisectoriales, enriquecen su visión sobre la transformación estratégica y organizacional en el contexto panamericano?

Durante mis 25 años en el mundo empresarial he vivido diferentes momentos de experiencias, donde tuve la

oportunidad de desarrollarme como profesional por 15 años en compañías multilatinas y multinacionales, creciendo hasta tener responsabilidades directivas regionales en Latinoamérica, gestionando la transformación estratégica y organizacional de compañías en alrededor de 20 países. Posterior a esto, me hago socio de una firma de consultoría donde en los últimos 12 años hemos venido asesorando cientos de negocios con origen y casas matriz en Estados Unidos, Alemania, Francia, Sudáfrica, México, Chile, Colombia, entre otros; con quienes hemos afrontado retos importantes de todo tipo y logrando resultados extraordinarios en beneficio del interés de los accionistas. Hace dos años inicio la presidencia ejecutiva de la GLBC, siendo una nueva etapa de relacionamiento con empresarios y directivos de todo el mundo, conociendo de cerca las realidades que enfrentan y brindando soluciones desde nuestro ecosistema global empresarial.

Dirigir organizaciones multiperfiles, multiculturales y multisectoriales ha sido un privilegio que me ha permitido entender que la transformación estratégica y organizacional no es un modelo único y estandarizado, sino una evolución sistémica y dinámica propia de cada compañía, en respuesta a sus contextos diversos del macroentorno, los mercados y la misma compañía en sí. Entre los años 1.960 a 1.990 las compañías que querían encontrar nuevos entendimientos estratégicos de transformación se apoyaron en modelos estándar que crearon y desarrollaron firmas y empresas alrededor del mundo, trayendo beneficios temporales y puntuales, sin embargo, llegando el nuevo siglo, con su velocidad, cambios y reconfiguraciones políticas, económicas, socioculturales, tecnológicas, legales y ambientales, dejaron estos modelos obsoletos. Así compañías comparten el mismo nicho, competidores, proveedores, portafolio y otros elementos similares, pueden ser completamente diferentes en su gobierno corporativo y modelo de negocio.

Desde Miami, como hub estratégico, conectamos realidades empresariales desde Silicon Valley hasta Bogotá, desde Toronto hasta Buenos Aires, además de tener alcance al mundo empresarial en Asia, Europa, África y Oceanía. Esta confluencia de filosofías, culturas, prácticas y mercados nos obliga a integrar la alineación estratégica, la visión prospectiva, los modelos de negocio disruptivos, los enfoques colaborativos de valor con stakeholders, el adoptar arquitecturas organizacionales ágiles y responder a los patrones de cambio adaptativo. El reto relevante es la convergencia de estas dimensiones, permitiendo en la alta dirección la reconfiguración de las lógicas profundas de sus estrategias corporativas y competitivas y el modelo de negocio de la compañía.

Uno de sus principales desafíos actuales es liderar la expansión global de la GLBC. ¿Qué ventajas competitivas ofrece Miami como plataforma para este crecimiento y qué métricas concretas ha establecido para medir el éxito de esta expansión durante los próximos 24 meses?

Miami representa mucho más que una ubicación estratégica: es un nodo de innovación, diversidad de talento multicultural y proximidad geográfica con América Latina y el Caribe, lo que potencia nuestra expansión hacia mercados emergentes y desarrollados.

En la Florida se han ubicado compañías que ofrecen infraestructura tecnológica robusta, servicios más competitivos que muchos locales en la región, presencia académica de muy buen nivel y sobre todo convergencia de capital de inversión con visión internacional.

Tener operación en Estados Unidos nos ha permitido tener y ofrecer estructuración de sociedades con beneficios comerciales y tributarios, networking amplio con diversos stakeholders y una plataforma de negocios crecientes y diversificados en todos los segmentos de la economía.

Para medir el éxito de nuestra expansión en la GLBC hemos definido métricas claras para diciembre del 2026:

Apertura con 12 nuevos países activos con representación de la organización en Latinoamérica, Norteamérica y EMEA – Europa, Medio Oriente y África. Para este fin he visitado personalmente en los últimos 12 meses: Estados Unidos (varios estados), Alemania, Holanda, Emiratos Árabes, Grecia, Turquía, Malasia, Singapur, Taiwán, Japón, Panamá, República Dominicana, Guatemala y Colombia.

Crecimiento del talento humano para la oficina internacional en Miami con expertise comercial, financiero y legal, con manejo de varios idiomas (inglés, español y portugueses).

Alianzas estratégicas con al menos 10 organizaciones globales (universidades, gremios, embajadas y organizaciones complementarias). Estamos avanzando en este proceso con universidades como MIT (Boston), Asia School of Business (Kuala Lumpur), Universidad de Amsterdam, ADEN Business School y otras; con 5 embajadas y 3 organizaciones con presencia global.

Realización de 6 eventos empresariales alrededor del mundo, con opciones de sede en Emiratos Árabes, India, Pakistan, Holanda, Malasia, Zambia, España y Estados Unidos.

Desarrollo de 8 proyectos patrocinados de transformación empresarial.

Desde su múltiple perspectiva estratégica siendo miembro de la alta dirección de compañías ¿cómo articula metodológicamente la conexión entre estrategia de negocio, capital humano adaptativo y tecnología divergente para lograr una potente transformación digital? ¿Podría compartir un framework específico que implemente desde Prominence Partners para organizaciones que enfrentan este desafío?

Algo valioso y positivo de lo vivido en la pandemia del 2.020 y su posterior impacto a lo largo de estos años en países, mercados y empresas, fue la convicción que se nos generó de convertirnos en un gran aliado estratégico para nuestros clientes y potenciales compañías de todos los sectores, que debían lograr una transformación exitosa, apalancada en tecnología para no solo sobrevivir sino destacarse a nivel competitivo y comparativo.

Como resultado de semanas de estudio, investigación, desarrollo y análisis, sobre posturas académicas, informes como del Foro Económico Mundial y otras organizaciones referentes, seguimiento a proyectos de grandes compañías multinacionales y visiones de expertos alrededor del mundo sobre cómo lograr una transformación digital, llegamos a este modelo con las dimensiones que se debían abordar, el cual lo pusimos en práctica con varias compañías en Latinoamérica.

En términos generales, si una compañía está en el proceso de una genuina transformación digital, debe revisar y reconfigurar la lógica y funcionamiento de estas 5 dimensiones con todos sus componentes de manera transversal en la compañía, apalancando con ERP, softwares, aplicaciones, desarrollos, interfases, ambientes web y otros recursos tecnológicos, para

crear una sinergia perfecta que pueda evidenciar mejoras en los resultados de esta:

● **Estrategia:** desde el gobierno corporativo tomar decisiones conscientes para incorporar la tecnología e innovación en sus estrategias corporativa, competitiva y comparativa, la inteligencia de negocios, data analítica con Business Intelligence (BI), gestión de riesgos, barreras y oportunidades (R.B.O), Compliance, relacionamiento con stakeholders, sostenibilidad y gestión reputacional.

● **Modelo de negocio diversificado:** reconfigurar y reestructurar con tecnología la cadena de valor del negocio, modelos comerciales y operaciones, análisis de mejores prácticas de los mercados y competidores, arquitecturas organizacionales no convencionales, comités multidisciplinarios y metodologías colaborativas con gestión del conocimiento para encontrar nuevos y mejores negocios.

● **Experiencia del cliente:** modelar y desarrollar con tecnología nuevos canales comerciales, procesos de retroalimentación directa con los clientes y consumidores, experiencia de marca, marketing y publicidad, plataformas digitales globales y creación de tribus o comunidades digitales.

● **Gestión corporativa:** mejorar la efectividad con tecnología de las gestiones financiera y administrativa, de capital humano con visión employee experience (EX), sistemas integrados de gestión, abastecimiento y compras, jurídico, comunicación corporativa y proyectos.

● **Tecnología:** fortalecer el perfil y capacidad tecnológica de la compañía desde su infraestructura, comunicaciones en redes, ciberseguridad, conectividad, servidores, inteligencia artificial (IA), blockchain, machine learning, cloud and bigdata, Realidad Virtual (RV) y Realidad Aumentada (RA) y Automatización de Procesos Robóticos (RPA).

Como mentor y coach estratégico de empresarios y directivos C Level, ¿qué transformación ha observado en las necesidades de desarrollo en competencias de los líderes en Estados Unidos, Canadá y Latinoamérica? ¿Cómo ha evolucionado su propio enfoque de mentoring para incorporar capacidades digitales avanzadas?

Durante los últimos 5 años he evidenciado una transformación profunda en las necesidades del nuevo perfil del liderazgo que requieren las compañías con proyección al 2.030 y las competencias a desarrollar en sus directivos para lograr la inspiración, influencia, impacto y movilización en los empleados y stakeholders, para lograr el direccionamiento estratégico prospectivo de su compañía. Desde mi criterio estas son las competencias que deben desarrollar en los empresarios, miembros de junta directiva y alta dirección:

- Pensamiento estratégico, sistémico y exponencial
- Adaptabilidad y agilidad organizacional
- Capacidad innovadora, digital y tecnológica
- Liderazgo consciente e influencia ética
- Visión intercultural y global
- Orientación a resultados con enfoque de valor
- Resiliencia e inteligencia personal y organizacional

- **Resolución de conflictos y negociación**
- **Toma de decisiones en entornos V.U.C.A (volatilidad (Volatility), incertidumbre (Uncertainty), complejidad (Complexity) y ambigüedad (Ambiguity))**
- **Mentalidad de anticipación y prospectiva**
- **En procesos de mentoría y coaching con empresarios y directivos mi enfoque ha evolucionado hacia un modelo “Híbrido-Adaptativo-Vivencial”, donde integramos estos fundamentos hacia un liderazgo estratégico transformador:**
- **Mentoring del Bien ser:** este es un concepto que desarrolle trabajando con Siemens y que he venido madurando, donde enfocamos el proceso de transformación del líder en su identidad como persona, más que en externalidades comportamentales.
- **Mentoring basado en datos y hechos:** el liderazgo efectivo debe basar su análisis y reacción inteligente en datos y hechos, generados de diversas fuentes personales, tecnológicas y documentales.
- **Mentoring con aprendizaje ágil tecnológico:** el abordaje de la realidad que vive el líder debe traer consciencias de aprendizaje con aplicabilidad inmediata y la inteligencia artificial se convierte en una herramienta clave.
- **Mentoring intergeneracional, inclusivo y diversidad:** se habilita la transferencia de conocimiento valorando las generaciones, las culturas y pensamientos diversos.
- **Mentoring con practicidad digital:** se utilizan durante el proceso múltiples recursos tecnológicos en términos de pruebas, evaluaciones, plataformas y software que contribuyan al proceso.
- **Mentoring híbrido:** se generan espacios presenciales y virtuales en el acompañamiento, seguimiento y control de la mentoría, permitiendo un proceso fluido así se presenten viajes u otros compromisos directivos.
- **Mentoring con neurociencia:** permitimos el intra-conocimiento del líder con pruebas y recursos que lo acercan a su entendimiento personal a nivel emocional, cognitivo y conductual.
- **Mentoring con simulación ejecutiva y corporativa:** existen simuladores que permiten que un líder se exponga a criterio y decisión en realidades virtuales que le permiten una visión más amplia del proceso y su evolución.

Su posición privilegiada ubicada en Miami como sede estratégica y con operación global le otorga una visión única. ¿Cómo aprovecha esta visión para crear soluciones de negocio innovadoras que puedan aplicarse tanto en mercados desarrollados como emergentes?

La capacidad de crear soluciones estratégicas innovadoras a la medida para compañías multiperfiles, multiculturales y multisectoriales tiene un trasfondo con alta complejidad y profundidad que es un privilegio lograr. Después de tantos años soy consciente que Dios en mi trayectoria de vida, me privilegió con unos factores que me habilitan para poder hacerlo de una manera consistente y efectiva. Los factores que identifiqué en mi trayectoria y que potencian mi visión son los siguientes:

- **Experiencia con crecimiento real a nivel corporativo:** el crecimiento a nivel personal y profesional es vital, iniciando en roles básicos y junior, pasando por cargos y roles en diferentes áreas de las compañías, hasta promociones para llegar a cargos de alta responsabilidad directiva permiten entender muy bien el cómo funciona una compañía y todo lo que hay inmerso en una dinámica empresarial a nivel de estrategia, negocio, estructuras, personas, procesos y recursos integrales como la tecnología.
- **Conocimiento de diversos mercados y tipologías de compañías:** trabajar en compañías de varios segmentos económicos (Oil&Gas, farmacéutico, manufactura, Industria, Energía, Salud, Comercialización y Consultoría) y en diferentes países, incluso viviendo en ellos; algunas siendo de background internacional, familiares, nacionales, permiten entender como el macroentorno y el mercado impactan a las compañías de manera particular con marcos normativos y legales propios.
- **Estudios en universidades alrededor del mundo:** tener una formación de primer nivel en universidades como George Washington University (EEUU), Instituto de Empresa – IE (Madrid, España), Harvard Business School (Boston, EEUU), European School of Management and Technology – ESMT (Berlín, Alemania), Tec de Monterrey (México), Inalde y Universidad Javeriana (Bogotá, Colombia), con acceso a conocimiento de alto valor, ampliaron considerablemente mi pensamiento directivo, los modelos gerenciales y los framework estratégicos para liderar y asesorar compañías.
- **Networking y relaciones creadas por décadas:** cuando hay claridad que en la vida pasa todo menos las personas y que pueden llegar a ser el activo más importante en una carrera profesional, te permite tener una “tribu o comunidad” que te acompañen a lo largo de la vida empresarial.
- **Tracking como director en proyectos de consultoría:** alcanzar más de 25.000 horas de experiencia como sponsor y director en proyectos de consultoría te nutre de historias, retos, aprendizajes y errores que hacen de ti una persona corporativa más competente.
- **Conocimiento de prácticas con estándares de clase mundial:** vincularse a tendencias y experiencias de compañías multilaterales y multinacionales en validación de hipótesis empresariales, estratégicas y organizacionales, con resultados no solo para una compañía sino para cientos en el mundo, te permiten validar que son dignas de homologación como prácticas de clase mundial.
- **Alcance global en los 5 continentes:** la posibilidad de girar con el mundo y en el mundo, trae una cosmovisión equilibrada, objetiva y diversa que permite un pensamiento libre de sesgo, límite y techo, que se convierte más en oportunidades y verdades por encontrar.
- **Ecosistema empresarial propio:** creo profundamente en la generación de valor compartido y la construcción de alianzas estratégicas que beneficien al final a muchos stakeholders. Gracias a nuestro ecosistema aprendemos diariamente que el mundo empresarial aún sigue por descubrirse.

¿Cómo está posicionando y movilizandó la firma de consultoría Prominence Partners y la organización Global Leadership & Business Confederation la transformación digital en nuestra región y a nivel global? ¿Qué iniciativas específicas está implementando para conectar el capital



humano con avances tecnológicos como IA, blockchain o automatización avanzada?

La transformación digital no es una opción, es una obligación para ser exitoso y sustentable en un mercado. Venimos trabajando en varios frentes viendo resultados importantes en empresarios, directivos y compañías.

Primero, los programas de formación en alianza con universidades para empresarios, directivos y profesionales a nivel de cursos ejecutivos, posgrados, maestrías, MBA y doctorados. El portafolio es amplio y permite que desde todas las especialidades corporativas encuentren opciones de contribución al fortalecimiento del perfil profesional.

Segundo, la consultoría y asesoría para compañías de cualquier naturaleza que quieran optimizar, rentabilizar, mejorar o diversificar en su modelo de negocio, cadena de valor y procesos. Presentamos varios modelos de solución estratégica y organizacional con tecnología para que decidan apostarle a la sistematización, digitalización y automatización.

Tercero, la investigación directa y con terceros alrededor de la realidad empresarial frente a la transformación digital, mostrando con estadísticas y datos a los empresarios y la alta dirección los beneficios de apalancar la compañía con tecnología.

Cuarto, la construcción de casos empresariales que desarrollamos para espacios académicos, gremiales o propios desde la firma y la GLBC, que permiten a los directivos conocer y familiarizarse con retos reales de compañías en la transformación digital.

Quinto, los eventos corporativos donde abrimos escenarios de indagación y retroalimentación de experiencias con panelistas y conferencistas que asumieron proyectos de transformación digital y que pueden compartir sus logros, pero también sus equivocaciones.

Sexto, la continua visión de darle valor a la diversificación concéntrica (relacionada con el core de negocio natural) o conglomerada (sin relación al negocio natural) como factor de éxito en los negocios.

Tenemos unas iniciativas con foco en nuestro target que es el liderazgo de las compañías para conectarlos con la transformación digital y los recursos que esta tiene en sus diferentes perspectivas:

- **Ecosistemas de conocimiento:** Creamos el programa "Future Ready Boards" para formar juntas directivas digitales.

- **Talent-Tech Bridge:** Plataforma de matching entre talento adaptativo y proyectos de IA, blockchain y automatización.

- **Digital Labs:** Espacios colaborativos de innovación para co-crear soluciones tecnológicas con empresas aliadas.

Nuestro foco está en humanizar la transformación digital, para que las personas no solo adopten tecnología, sino que la transformen con propósito.

Miami se ha convertido en un hub tecnológico que conecta Norteamérica con Latinoamérica. Desde su posición estratégica, ¿cómo visualiza la evolución de este ecosistema para los próximos cinco años y qué oportunidades presenta para líderes que buscan impulsar la transformación digital en organizaciones latinoamericanas?

En los próximos cinco años, Miami consolidará su posición como un epicentro tecnológico hemisférico, no solo por su ubicación geográfica, sino por su capacidad de ser un puente cultural, financiero y digital entre Norteamérica y Latinoamérica. El ecosistema evolucionará hacia una mayor integración de talento internacional, consolidación de fondos de inversión con enfoque regional, y proliferación de startups tech con ADN latino, pero proyección global.

Desde nuestra posición estratégica en Prominence Partners y la GLBC, hemos identificado tres grandes vectores de evolución:

- **Convergencia de ecosistemas de innovación tecnológica:** Miami se consolidará como el punto de encuentro entre la innovación tecnológica, los avances regulatorios de Estados Unidos y las soluciones resilientes desarrolladas en Latinoamérica. Esta convergencia facilitará la creación de productos y servicios diseñados para la realidad latinoamericana, pero con estándares globales.

- **Aceleración de la migración de talento tech:** La ciudad atraerá talento bicultural y bilingüe, con capacidades digitales avanzadas, creando un entorno fértil para equipos multiculturales que piensan globalmente, pero actúan localmente. Esto permitirá una transferencia de capacidades que fortalecerá las organizaciones en América Latina.

- **Escalamiento de soluciones digitales con impacto social:** Los startups con impacto social, en áreas como fintech, edtech, salud digital y sostenibilidad, encontrarán en Miami una plataforma para escalar con velocidad, especialmente en países donde las brechas tecnológicas aún representan oportunidades de alto valor.

Proyectándose hacia el futuro, ¿cómo visualiza la evolución del liderazgo latinoamericano con base en hubs como Miami para el 2030? ¿Qué tipo de organizaciones cree que prevalecerán en este nuevo panorama donde la estrategia, la tecnología y el capital humano deben integrarse armónicamente?

Para 2030, el liderazgo latinoamericano estará marcado por un cambio de paradigma: pasará de ser reactivo y centrado en la gestión tradicional, a convertirse en visionario, inclusivo y digitalmente orquestado. Los hubs estratégicos como Miami actuarán como catalizadores, no solo para conectar mercados, sino para transferir metodologías de innovación, marcos regulatorios y talento especializado hacia América Latina.

Tres transformaciones clave del liderazgo latinoamericano al 2030:

- **Liderazgo intercultural de alta adaptabilidad:** Los líderes deberán manejar con fluidez entornos multiculturales, negociaciones multilaterales y equipos remotos globales, integrando perspectivas diversas para crear soluciones universales.
- **Mentalidad de innovación sistémica:** Más que adoptar tecnología, los líderes aprenderán a diseñar ecosistemas donde la tecnología, la estrategia y el talento coexistan en un ciclo de innovación permanente, siempre moviéndose en la diversificación.
- **Propósito y rentabilidad como binomio inseparable:** Las decisiones estratégicas estarán guiadas por lograr negocios que trasciendan más allá de sus portafolios, con verdadero impacto social y ambiental tanto como por el retorno financiero.

Las organizaciones que prevalecerán hacia 2030 son las que adopten, lo que yo llamo Organizaciones de Inteligencia Evolutiva:
- **Gobiernos corporativos con transparencia y ética:** cada vez la gobernanza de una compañía debe evidenciar un compromiso completo de los shareholders (accionistas) con la vivencia de principios y valores y cumplimiento de los marcos regulatorios y normativos propios de cada país.
- **Dirección Estratégica Prospectiva:** una compañía debe definir e implementar estrategias únicas, consistentes y potentes que la lleven a mejores escenarios y realidades en los mercados donde opera, con un gran componente de futuro y alineación de valor con sus stakeholders.
- **Insight Driven Company:** la alta dirección desde los accionistas, juntas directivas y C level deben orientar decisiones basadas en análisis de datos basado en una inteligencia cruzada de fuentes variadas internas y externas a la compañía.
- **Empresas de arquitectura dinámica, sistémica y flexible:** la capacidad de moverse con agilidad requiere que sus estructuras sean descentralizadas, adaptativas y con la capacidad para reconfigurar modelos de negocio rápidamente, incluso en semanas y no en años.
- **Organizaciones “Human-Tech Integrated”:** compañías que logren una integración orgánica entre talento humano y capacidades tecnológicas, donde la IA, blockchain y la automatización actúen como potenciadores de la creatividad e innovación y no como sustitutos.
- **Corporaciones con ecosistemas colaborativos:** alianzas multinivel entre startups, corporaciones, academia, gremios, comunidades, gobiernos y otras para resolver problemas complejos a escala regional y con espíritu de prosperidad colectiva.
- **Negocios de convicción sostenible:** compañías que, además de rentables, se diseñen para resolver desafíos sociales o medioambientales relevantes para la región.
- **Culturas adaptativas, integradoras y resilientes:** capacidad de generar unificación de propósito corporativo y el personal en los empleados, desarrollando construcción de

una identidad con comportamientos y hábitos adaptativos que logren un perfil de embajadores de marca.

En este nuevo panorama, Miami se consolidará como el epicentro de conexión de líderes latinoamericanos con las tendencias globales, facilitando que el liderazgo regional no solo participe, sino que influya de forma determinante en la economía digital global.

Habiendo influenciado a más de 20.000 personas en los cinco continentes desde sus múltiples roles, ¿qué impacto personal aspira a dejar a través de su trabajo como CEO de Prominence Partners, Presidente de la GLBC y como speaker y mentor estratégico? ¿Hay algún principio que espera sea reconocido como su contribución más significativa al desarrollo del liderazgo latinoamericano en el contexto global?

Tengo absolutamente claro que el privilegio de ser una persona con alcances que nunca soñé, se los debo a Dios, en su propósito único con mi vida. Fuí un joven con muchos problemas y con un sentido de no futuro por diversas condiciones que rodearon mi vida. Sin embargo, tuve una segunda oportunidad de conocer a Dios y convertirme en una persona con una visión diferente y con una convicción de trascender y dejar legado en las personas. En ningún momento puedo atribuir un título de éxito a mi nombre, porque la presencia estratégica que me habita logra tocar de una manera especial las personas y las organizaciones con las que interactué.

En el mundo empresarial existen creencias y filosofías profundas sobre lo que realmente determina el valor de una persona sea empresario, directivo o profesional y está basado en su nivel de poder, patrimonio alcanzado, roles con niveles de relevancia y poder adquisitivo, pero desde mi experiencia, todas estas son efímeras y circunstanciales. Conozco a nivel global miles de personas con el logro de todos estos generadores de valor, aunque en la realidad y en su privacidad, viven la soledad inclemente y problemas personales que los llevan a perder y alejarse de lo que genuinamente tiene valor, una vida plena, un hogar y personas que los quieran seguir por lo que representan en inspiración e influencia.

En lo que respecta a esta pregunta sobre el impacto que quiero dejar en el liderazgo latinoamericano e incluso global, está el ser una persona genuina, humilde, estudiosa y apasionada con el mundo de los negocios y con la responsabilidad de que otros quieran tener el liderazgo con la presencia estratégica que me puede identificar. Quisiera que el día que finalice mi propósito en vida, haya personas convencidas y determinadas por continuar la visión de transformación que deje a través de mis compañías y roles, beneficiando empresas, mercados y la sociedad.

En un mundo empresarial frecuentemente centrado en métricas y resultados, Cagüañas nos recuerda la importancia de la autenticidad y el propósito trascendente. Su testimonio personal de transformación y su reconocimiento de una fuerza superior que guía su camino añaden una dimensión profundamente humana a su liderazgo estratégico. Más allá de títulos y reconocimientos, su aspiración de inspirar a otros a liderar con propósito y presencia estratégica resuena como un llamado a redefinir el valor del liderazgo en términos de su capacidad para generar impacto positivo en personas, organizaciones y comunidades.

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

MIAMI 

@revistaFactordeExito
f Revista Factor de Exito
www.revistafactordeexito.com
X @revistaFDE



Álvaro Daniel Cagüñas Hernández

CEO de Prominence Partners | Presidente Ejecutivo de GLBC
Consultor C-Level | Mentor y Coach Estratégico

Arquitecto del Liderazgo Convergente:
Transformando organizaciones
con propósito en el punto de inflexión

Talento y tecnología:
El punto de intersección en la transformación digital

Tony S. Medina

Director de InterActionXXI | Psiquiatra,
terapeuta, coach y conferencista internacional
Liderar con empatía: la fuerza
humana detrás de toda gran
transformación

Edgar Pérez

Conferencista Internacional y
Experto en Innovación Tecnológica
"La comunicación
es el puente entre la
innovación y la adopción"

Jorge Ramírez Díaz

Managing Director & Partner -
Unibid
"Ningún algoritmo
reemplaza una conversación
significativa"

Gerente de Exito
Diego Ledesma

Consultor en transformación
organizacional y liderazgo digital
"La IA no reemplaza la
sensibilidad humana, la
amplifica"



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

Emmanuel Puga

Fundador y CEO de Great Plan, Especialista en Transferencia Estratégica del Conocimiento

El Estratega del Conocimiento: Transformando Organizaciones para el Futuro Digital

"La urgencia crea ruido. La intención crea progreso."

Emmanuel Puga ha dedicado más de dos décadas a transformar la manera en que las organizaciones entienden, gestionan y transfieren el conocimiento. Como un estratega visionario, ha identificado que el verdadero desafío de las empresas actuales no es simplemente adaptarse al cambio, sino crear sistemas de conocimiento que permitan a líderes y equipos evolucionar con claridad y velocidad, asegurando la competitividad y viabilidad del negocio a largo plazo.

Tras años diseñando programas de liderazgo y proyectos de gestión del cambio, Emmanuel descubrió un patrón crítico que afecta a numerosas organizaciones: mientras los CEOs marcan la dirección estratégica, los equipos ejecutan sin apropiación ni visión compartida, enfocándose en resolver problemas del pasado en lugar de arquitectar su futuro. Esta revelación fundamental lo llevó a desarrollar el modelo UDDT® (Understand, Diagnose, Design, Transfer), un sistema que transforma el conocimiento en un activo estratégico vivo que impulsa la evolución organizacional continua.

Lo que distingue la propuesta de Emmanuel es su enfoque integral: no se trata solo de capacitar a líderes jerárquicos, sino de crear organizaciones donde todos co-creen el conocimiento necesario para evolucionar hacia nuevos horizontes. Su Certificado Profesional KTP® forma tanto al líder como a su equipo, convirtiendo al primero en estrategia y a los segundos en agentes activos de implementación, transformando lo que antes era considerado un problema (los constantes cambios) en el mejor modelo de desarrollo estratégico para los líderes actuales y futuros.

En un momento donde el 45% de los CEOs globales consideran que sus empresas podrían dejar de ser viables sin una evolución estratégica acelerada, Emmanuel ha posicionado su enfoque como una respuesta directa a esta urgencia. Su visión trasciende la implementación tecnológica para centrarse en el desarrollo de capacidades humanas que permitan navegar la transformación con autonomía, velocidad y certeza. A través de su metodología, está formando a una nueva generación de líderes capaces de pensar estratégicamente en entornos ambiguos y transferir conocimiento crítico a sus equipos.

La convergencia entre talento y tecnología digital es el núcleo de su propuesta. Emmanuel comprende que el verdadero valor no está solo en las herramientas digitales sino en la capacidad humana para utilizarlas con criterio estratégico. Su meta de certificar a 10,000 líderes como Strategic Knowledge Leaders para 2030 refleja su compromiso con crear un movimiento transformador que impacte múltiples sectores.

Tras dos décadas de experiencia impartiendo programas de liderazgo para organizaciones globales, ¿cómo ha evolucionado su visión sobre la relación entre el liderazgo y la competitividad empresarial?

Es una gran pregunta. Para contestarla me resulta importante brindar un poco de contexto sobre mi trayectoria profesional.

Soy el fundador de Great Plan, una compañía que ofrece servicios de formación y desarrollo profesional. Nuestro enfoque es que cada uno de nuestros egresados contribuya a potenciar la competitividad, la evolución y el liderazgo de nuestros clientes en sus sectores de negocio. Nuestro propósito es formar líderes con la mentalidad necesaria para atender los retos actuales y futuros. Líderes capaces de transformar organizaciones y, a través de ellas, impactar positivamente en las sociedades donde operan. Y así contribuir con un mundo mejor.

Mi visión cambió por completo cuando noté que un gran número de organizaciones buscaban formar a sus líderes para resolver problemas del pasado, pero no diseñaban la estructura de conocimiento necesaria para que diseñaran y construyeran el futuro deseado. Ahí descubrí algo que ha marcado todo mi camino y direccionado nuestro quehacer: una empresa no es competitiva por lo que ya sabe, sino por lo que es capaz de aprender, aplicar y evolucionar con intención.

Mi visión sobre la evolución entre la relación del liderazgo y la competitividad empresarial se centra en cinco factores clave:

- 1.- Rol y función del líder.*
- 2.- Fuente de la competitividad organizacional*
- 3.- Relación con el conocimiento*
- 4.- Tipo de liderazgo esperado*
- 5.- Cultura organizacional*

Hemos pasado de un enfoque adaptativo a un enfoque estratégico-evolutivo.

En el entorno actual donde existe un alto nivel de complejidad e incertidumbre, Se valora al líder que construye culturas de co-creación, con propósito y visión de futuro sin descuidar su actuar en el presente.

La competitividad empresarial ha pasado de estar ligada a la mejora de procesos y a la calidad del producto en sí, hacia la capacidad para aprender más rápido que la competencia, tomar decisiones con la mayor certeza posible y movilizar transformaciones que generen valores agregados para sus clientes.

En la actualidad no basta con entrenar habilidades: lo que transforma una organización es la capacidad de



sus líderes para anticiparse, conectar puntos y tomar decisiones con claridad en medio de la incertidumbre.

Sabemos que usted diseñó un modelo, en el cual propone que "el conocimiento bien transferido puede definir el futuro de una organización". ¿Podría explicar cómo esto se conecta específicamente con los desafíos de la transformación digital que enfrentan las empresas actualmente?

Así es, diseñé el Modelo UDDT® para la Transferencia de Conocimiento con la visión de que los líderes y sus equipos pudieran afrontar las constantes transformaciones organizacionales con certeza, velocidad y dirección.

Me embarqué en el desafío de crear un nuevo modelo como respuesta a una necesidad que identifiqué en un gran número de empresas. Adquirían tecnología como respuesta a las desafíos presentes y futuros. Pero en la mayoría de los casos no contaban con un modelo para crear el conocimiento y desarrollar las capacidades que sus equipos requerían o iban a requerir para desempeñarse con éxito en los escenarios actuales o futuros. Y ahí es donde se rompía todo: cuando existía la infraestructura tecnológica, pero no la capacidad para aprovecharla adecuadamente.

Junto con mi equipo, buscamos el modelo que nos permitiera acompañar a nuestros clientes para acompañarles en la situación que habíamos detectado. Y nos percatamos que no existía.

Existían modelos de administración del cambio (change management), los cuales son muy valiosos

para generar la estrategia para que la organización marche en una sola dirección y comprenda la relevancia de hacerlo en el menor tiempo posible.

Existían modelos de Gestión de Conocimiento (knowledge management), pero su enfoque se centraba en el procesamiento, almacenamiento y distribución de información clave del negocio, no necesariamente en traducir esa información en conocimiento y mucho menos en cómo habilitar al talento humano para aplicarlo.

Fue entonces que me percaté que el modelo que estaba creando (en aquel entonces) no nacía para competir contra otros modelos, nacía para complementarlos y brindar a nuestros clientes un engrane estratégico que hasta entonces no existía y les hacía mucha falta.

La transformación digital exige velocidad, pero, sobre todo, exige que existan los criterios necesarios para tomar las decisiones adecuadas en los momentos adecuados. En muchos casos, la tecnología se implementa antes de que las personas entiendan cómo usarla estratégicamente. Ahí es donde el conocimiento bien transferido hace toda la diferencia.

Cuando el aprendizaje se estructura, se comparte y se alinea con los desafíos reales del negocio con la misma velocidad en que los cambios suceden. Se genera una cultura de trabajo de alto desempeño, donde se aprende antes, durante y después de las implementaciones, donde se logra evolucionar sin poner en riesgo la entrega del producto o servicio y donde se cuenta con la velocidad para adaptarse y garantizar la viabilidad de la empresa en el futuro.

Great Plan ha trabajado con organizaciones globales como Siemens, Lenovo y Hershey's. ¿Qué patrones comunes ha identificado en la forma en que estas empresas abordan la gestión del conocimiento durante sus procesos de transformación digital?

Tenemos el gusto de trabajar con una gran cantidad de compañías que figuran en la lista de Fortune 500. Los tres principales comportamientos organizacionales que podría mencionar son:

- 1.-Todas se ocupan en actuar de forma homologada y con un lenguaje común.*
- 2.-Comprenden que el conocimiento es mucho más que la documentación relacionada con un proceso.*
- 3.-Visualizan al conocimiento como un activo de negocio.*

Lo que distingue a las empresas que evolucionan con éxito de las que no, es que invierten en obtener claridad, fortalecen un lenguaje común, establecen

estructuras y prácticas de transferencia homologadas, y crean espacios donde los planes de implementación se analizan y co-crean colectivamente.

Usted menciona que "la tecnología debe amplificar el criterio humano, no reemplazarlo". ¿Cómo se materializa este principio en sectores específicos como servicios financieros o cadenas de suministro?

Partamos del entendimiento de que un criterio es la capacidad de aplicar una regla, principio o norma para tomar una decisión, hacer una evaluación o elegir entre varias opciones.

Hoy, sigue siendo el talento humano quien genera estas reglas, principios o normas. Cuando ese talento se potencia con tecnología, se puede procesar información en volúmenes y tiempos antes impensables.

Actualmente, la decisión final sigue dependiendo de las personas, porque constantemente surgen nuevas variables que no estaban contempladas. El humano seguirá incorporando estas variables a la ecuación, retroalimentando el criterio de la tecnología y mejorando su desempeño.

Un ejemplo en el sector financiero sería el análisis del perfil de un cliente en cuestión de segundos, integrando variables económicas y reputacionales. La tecnología ofrece una recomendación basada en criterios establecidos, pero la decisión final sigue siendo humana, y será el mismo talento humano quien define los criterios y eleve la calidad del análisis.

En cadenas de suministro, pensemos en escenarios geopolíticos sin precedentes. La tecnología puede analizar rápidamente el nuevo entorno y sugerir alternativas. Pero el talento humano decide, porque es quien razona con base en variables intangibles o no programadas.

Hemos trabajado con empresas donde la tecnología ya estaba en marcha, pero los líderes seguían detenidos. No por falta de herramientas, sino por no contar con los criterios adecuados. Al combinar el pensamiento claro del líder con la capacidad de ejecución de la tecnología, es cuando realmente decimos que esta está amplificando las capacidades humanas.

Una máquina no se equivoca. Pero sin criterio humano, tampoco aprende.

¿De qué manera su modelo UDDT® y el Certificado Profesional KTP® ayudan a los líderes a navegar la intersección entre desarrollo humano y adopción tecnológica en diferentes industrias?

Una problemática que hemos visto crecer es que muchas posiciones de liderazgo han dejado de cuidar la dimensión humana por enfocarse exclusivamente en la adopción tecnológica. Esto ha generado apatía en los equipos y ha impactado directamente en la calidad del producto o servicio entregado.

El liderazgo actual exige cercanía, propósito y claridad. Y eso solo es posible cuando el líder sale del modo supervivencia y entra en un estado de transformación y evolución.

Nuestro Certificado Profesional KTP® se basa en el modelo UDDT® (Understand, Diagnose, Design, Transfer). A diferencia de otros programas enfocados solo en niveles jerárquicos altos, el KTP® forma tanto al líder como a su equipo. El líder se convierte en estratega, y los equipos, en agentes activos de implementación.

Lo que antes era considerado un problema es decir, "los constantes cambios"; lo convertimos en el mejor modelo de desarrollo estratégico para los líderes actuales y del futuro.

Mientras que otras metodologías impulsan la acción inmediata, nuestro modelo guía a los líderes a pensar estratégicamente, diseñar con visión de negocio y presentar soluciones validadas que puedan replicarse en otras áreas o regiones.

Así, las organizaciones fortalecen el sentido de pertenencia de los equipos, y los líderes ganan



tiempo y enfoque para diseñar el conocimiento y las capacidades que sus equipos realmente necesitarán para evolucionar.

Según datos que menciona, el 45% de los CEOs creen que sus empresas dejarán de ser viables sin evolución estratégica. ¿Cómo prepara Great Plan a las organizaciones para desarrollar esa "autonomía, velocidad y certeza" necesarias para liderar transformaciones?

Este dato, publicado en un estudio de PwC en 2024, nos sorprendió profundamente. Revelaba que el 45% de los CEOs a nivel global creen que sus organizaciones podrían dejar de ser viables si no se transforman y evolucionan rápidamente. Además, el 80% de esos CEOs afirmó que sus equipos directivos no les habían presentado una estrategia sólida para lograr esa evolución.

Entendemos que estamos en un terreno nuevo. A veces, cuando compartimos nuestra visión, algunos lo perciben como algo demasiado adelantado. Pero eso justamente nos confirma que vamos por el camino correcto. Haber diseñado una estrategia que responde a una necesidad que los CEOs ya identifican, nos impulsa a seguir compartiéndola.

Estoy convencido de que UDDT® es mucho más que un modelo: es un movimiento. Uno que permitirá a cientos de organizaciones evolucionar con dirección, impacto y autonomía, generando resultados sostenibles y positivos en las regiones donde se adopte.

En el contexto actual de aceleración digital, ¿cómo equilibran las organizaciones la urgencia de implementar nuevas tecnologías con la necesidad de desarrollar las capacidades humanas necesarias para aprovecharlas?

Ese equilibrio solo se logra cuando se lidera con intención, no con miedo a quedarse atrás. La urgencia muchas veces lleva a decisiones sin preparación, sin propósito y sin retorno.

Lo que nosotros hacemos es acompañar a las organizaciones, líderes y equipos a construir criterios antes, durante y después de activar la tecnología. Porque un líder o un equipo que no entiende lo que transforma, termina repitiendo errores con herramientas nuevas.

“La urgencia crea ruido. La intención crea progreso.”

Un aspecto crucial es la capacidad financiera de las organizaciones para habilitar adecuadamente a su talento. Hemos presenciado en numerosas ocasiones

cómo las empresas invierten grandes sumas en adquirir tecnología de punta, pero no cuentan con el recurso para capacitar a sus equipos en su uso estratégico.

El modelo UDDT® tiene como base brindar autonomía a los líderes y sus áreas para habilitar a su talento. No necesariamente será esa área quien implemente directamente la formación, pero sí quien genere el conocimiento que luego puede ser profesionalmente compartido por un área central.

También hemos visto que, incluso cuando las empresas cuentan con presupuesto para formar a su talento, no logran seguir el ritmo del cambio. Más de una vez nos han contratado para desarrollar materiales de capacitación que, al momento de terminarse, ya estaban desactualizados.

Eso nos llevó a una decisión: dejar de vender ese tipo de proyectos. En su lugar, ayudamos a nuestros clientes a invertir estratégicamente en mecanismos internos que les permitan mantener su conocimiento actualizado, predecir lo que vendrá, y habilitar a sus colaboradores en tiempo real.

Algunos clientes nos dicen que no quieren generar más cursos. Y estamos completamente de acuerdo. La idea de diseñar un curso como lo entendíamos antes no es sostenible, menos cuando se requiere implementar conocimiento en decenas de equipos al mismo tiempo.

Por eso hoy acompañamos a las organizaciones a analizar su capacidad y recursos para crear su propio mecanismo de diseño, resguardo, distribución y actualización del conocimiento organizacional.

Su meta es certificar a 10,000 líderes como Strategic Knowledge Leaders para 2030. ¿Qué impacto espera que tenga esta comunidad de profesionales en la transformación digital multisectorial?

Certificar a 10,000 líderes en el Modelo UDDT® es mucho más que una meta numérica, es una apuesta por transformar la forma en que las organizaciones enfrentan su evolución.

Mi objetivo es construir una comunidad de líderes —actuales y futuros— capaces de activar, transferir y preservar el conocimiento estratégico dentro de sus equipos. Líderes que comprendan que la transformación digital no se logra solo con tecnología, sino con criterio humano, capacidad de adaptación, y visión compartida.

Estoy convencido de que estos 10,000 líderes serán catalizadores de cambio en múltiples sectores porque:

1.-Comprenderán que el conocimiento es un activo vivo que guía la evolución empresarial.

2.-Sabrán habilitar a sus equipos para adaptarse con certeza y velocidad a los constantes cambios del entorno.

3.-Y estarán preparados para liderar procesos complejos en ambientes ambiguos, sin perder dirección ni propósito.

Trabajaré con mente y corazón para que esta comunidad sea parte activa en la evolución estratégica de los sectores más relevantes en América y más allá.

¿Qué similitudes ha observado en cómo distintos sectores (salud, finanzas, manufactura) abordan el desafío de convertir el conocimiento en un "sistema vivo de evolución organizacional?"

Una de las similitudes más evidentes entre estos sectores es la dificultad para contar con talento verdaderamente calificado para acompañar los desafíos de transformación presentes y futuros. Hay personas disponibles, sí. Pero eso no significa que estén preparadas para navegar el cambio con claridad estratégica, criterio y visión sistémica.

Cada industria vive esta brecha de manera distinta:

- En tecnología y salud, el conocimiento suele estar concentrado en expertos, pero no se transfiere de manera horizontal.
- En manufactura, el aprendizaje ocurre en la operación, pero rara vez se sistematiza.
- En finanzas, hay una sobredependencia de procedimientos que sofoca la innovación estratégica.

Tener conocimiento no es suficiente. Lo que marca la diferencia es qué tan rápido lo puedes movilizar cuando todo cambia.

Mirando hacia el futuro, ¿cómo visualiza la evolución de la relación entre capital humano y tecnología en los próximos 5-10 años, y cómo se está preparando Great Plan para ese escenario?

Considero que en los próximos 5 a 10 años, la línea entre lo humano y lo digital será más difusa, pero también más decisiva. Las organizaciones que lideren ese futuro serán aquellas que sepan integrar tecnología mientras fortalecen su cultura, y potenciar el talento en capacidades y juicio.

El reto hoy no es solo adoptar herramientas. Es formar líderes y equipos capaces de pensar estratégicamente en medio de la automatización, de preservar lo esencial mientras todo cambia, y de generar progreso con un alto enfoque y sentido humano.

En Great Plan estamos diseñando ese futuro desde años atrás. Nuestra plataforma, nuestros modelos, programas y nuestros certificados profesionales: buscan transformar. Nos preparamos para un escenario donde el conocimiento se genere en tiempo real y se convierta en ventaja estratégica.

La tecnología del futuro no reemplazará al talento. Lo potenciará. Pero necesitamos líderes preparados para el mundo que viene.

El legado que Emmanuel Puga está construyendo va más allá de metodologías o certificaciones. Representa una nueva filosofía de liderazgo donde el conocimiento estratégico se convierte en la principal ventaja competitiva de las organizaciones. En un mundo donde la línea entre lo humano y lo digital se vuelve cada vez más difusa, su visión nos recuerda que la tecnología del futuro no reemplazará al talento, sino que lo potenciará. Pero para ello, necesitamos líderes preparados para transformar el conocimiento en evolución organizacional, para convertir la urgencia en intención estratégica, y para liderar con claridad y propósito en medio de la constante transformación.



Tony S. **Medina**

Director de InterAction XXI | Psicólogo,
terapeuta, coach y conferencista internacional

**Liderar con empatía: la fuerza
humana detrás de toda gran transformación**

“Un líder que influye en otros es aquel que entiende tanto la mente como el corazón de su gente.”

Con más de 38,000 horas de formación, coaching y mentoring y un impacto directo en 30,000 personas en 17 países, Tony S. Medina ha construido una trayectoria que trasciende fronteras y sectores. Desde la dirección de InterAction XXI, ha acompañado a líderes y equipos de empresas globales como Coca-Cola, Nestlé, Mondelez y Procter & Gamble, desarrollando competencias que equilibran la transformación digital con el desarrollo humano. Su enfoque, basado en la inteligencia emocional, la empatía y la influencia positiva, ha demostrado que en un mundo donde la tecnología avanza a pasos agigantados, el verdadero liderazgo se encuentra en poner a las personas en el centro del cambio.

En esta conversación para Factor de Éxito, Tony Medina comparte su visión sobre cómo integrar habilidades blandas y herramientas tecnológicas para liderar con propósito, impulsar culturas de confianza y generar resultados medibles, incluso en entornos híbridos y remotos.

¿Qué patrones humanos — emocionales o culturales — ha identificado como constantes en los líderes que logran impulsar verdaderos cambios en sus organizaciones, incluso en entornos tecnológicos?

Los líderes que logran impulsar transformaciones exitosas en sus organizaciones consideran, valoran y comprenden profundamente no solo la psicología humana sino también la dinámica emocional de los equipos. La inteligencia emocional es fundamental en este proceso, ya que les permite gestionar sus propias emociones y las de los demás, especialmente en contextos de cambio o incertidumbre. Este tipo de liderazgo se basa en el autoconocimiento y la autorregulación emocional, lo que les permite mantener la calma, tomar decisiones objetivas y ofrecer un espacio seguro para que los colaboradores se expresen sin temor al juicio. Además, estos líderes promueven una cultura de confianza a través de la vulnerabilidad y la autenticidad... cualidades que generan una relación genuina y respetuosa con sus equipos.

Asimismo, la empatía es otro elemento importante. Los líderes exitosos se esfuerzan por entender las diferentes perspectivas culturales y emocionales de los miembros del equipo, reconociendo que cada individuo tiene su propia historia personal y en consecuencia sus motivaciones. Esta capacidad de adaptarse a la diversidad facilita la colaboración en entornos multiculturales o tecnológicos. Además, al fomentar la seguridad psicológica, los colaboradores se sienten más cómodos para innovar y asumir riesgos calculados, contribuyendo al crecimiento y éxito de la organización. Finalmente, estos líderes mantienen un enfoque constante en el propósito organizacional y el bienestar colectivo, lo que impulsa un sentido de pertenencia y compromiso.

En un mundo donde la tecnología avanza más rápido que la capacidad de adaptación de las personas, ¿cómo se logra un equilibrio entre transformación digital y transformación humana? ¿Qué competencias blandas considera innegociables para liderar en este nuevo escenario?

El equilibrio entre transformación digital y transformación humana se logra al integrar la tecnología como una herramienta que potencie el desarrollo de las personas, en lugar de sustituirlas. La clave está en poner a los individuos en el centro del proceso, asegurando que la adopción de nuevas tecnologías cuenten con acompañamiento emocional y formativo que permita la adaptación.

Las competencias blandas se convierten en un factor esencial en este contexto. Aquí, la empatía y la escucha activa se hacen indispensable para comprender las resistencias emocionales al cambio y promover un entorno de apoyo. La comunicación efectiva permite que los líderes gerencien la incertidumbre y expliquen de manera clara el propósito detrás de las transformaciones. Además, la apertura al cambio, la capacidad de aprendizaje continuo y la resiliencia se vuelven habilidades innegociables, ya que permiten a los equipos adaptarse de manera proactiva a los constantes avances tecnológicos. La interacción de cara a la colaboración, intra equipo, entre equipos e interpersonal (uno a uno), es otra habilidad clave, ya que fomenta la innovación y el trabajo conjunto frente a desafíos comunes. En sí la capacidad para liderar con propósito y visión clara en medio de la disrupción tecnológica inspira y motiva a los colaboradores a mantenerse comprometidos con la misión organizacional.

En su trayectoria trabajando con empresas globales como Coca-Cola, Nestlé, Mondelez y Procter and Gamble. ¿Podría compartimos un caso en el que el desarrollo del capital humano, a través de programas como Positive Power and Influence®, haya tenido un impacto tangible en la productividad o cultura de una organización?

En un proyecto con Coca-Cola Company, implementamos el programa Positive Power and Influence® con un grupo de líderes clave en la región de América Latina. El objetivo fue fortalecer las habilidades de liderazgo positivo para mejorar la comunicación, el diseño de estrategias de influencia y la gestión de equipos en un entorno altamente competitivo. A través del programa, los líderes aprendieron a utilizar su influencia de manera efectiva para generar un ambiente colaborativo y aumentar la motivación de los equipos. No solo incorporaron un set de herramientas sino también aprendieron un conjunto de criterios para diseñar e implementar estrategias de influencia de cara al logro de los objetivos propuestos. A los seis meses de haber implementado el programa, Coca-Cola

reportó una mejora en la productividad de los equipos involucrados, con un aumento notable en la calidad de los proyectos manejados intra equipos y entre equipos funcionales. La mejora en la comunicación, la influencia y la resolución de conflictos también permitió reducir los tiempos de respuesta entre departamentos, lo que aceleró procesos clave como: la gestión de nuevos productos, la implementación de nuevos procedimientos y la alineación con los embotelladores.

Culturalmente, el programa ayudó a fortalecer la cohesión, el clima y el compromiso de los miembros de los equipos. Asimismo, las encuestas internas y el reporte verbal de los participantes... mostraron que más del 85% de los participantes percibieron una mejora significativa en su capacidad para influir positivamente en sus asociados.

En un entorno que demanda inmediatez y resultados medibles, ¿cómo se puede medir el retorno de la inversión (ROI) en formación en habilidades blandas como influencia, feedback, liderazgo o negociación? ¿Qué indicadores usa para demostrar su impacto real en el negocio?

Medir el retorno de la inversión (ROI) en formación en habilidades blandas, como influencia, feedback, liderazgo y negociación, requiere un enfoque integral que combine indicadores cualitativos y cuantitativos. Para ello, evaluamos la productividad mediante el aumento en la eficiencia operativa y la mejora en la entrega oportuna de proyectos. También consideramos la rotación de personal, ya que una mejora en la satisfacción y el compromiso de los empleados se traduce en menor rotación, especialmente en roles clave. Además, las encuestas de clima laboral nos proporcionan información clave sobre el nivel de colaboración, confianza y comunicación dentro de los equipos, reflejando el impacto de las habilidades blandas en la cultura organizacional.

Evaluamos también las habilidades de liderazgo, midiendo el desempeño de los líderes a través de evaluaciones de 360 grados o desempeño directo, lo que nos permite observar mejoras en la interacción con los miembros del equipo. También podemos correlacionar estos indicadores con resultados financieros directos, como el aumento en ventas, eficiencia en costos o rentabilidad. La clave es vincular la formación en habilidades blandas con resultados tangibles, utilizando herramientas de medición previas (pre-test) y posteriores (post-test) a los programas..

Es formador certificado en metodologías como LEGO® Serious Play®, Points of You® y hasta mago certificado por Kassan Magic Academy. ¿Cómo influyen estas herramientas poco convencionales en la formación ejecutiva y en la adopción de procesos de cambio profundo?

El uso del juego en metodologías como: LEGO® Serious Play® y Points of You®... actúa como un proceso de facilitación único que permite a los líderes acceder a niveles profundos de autoconocimiento y reflexión. A través del juego, los participantes se liberan de las restricciones mentales del pensamiento convencional y se sumergen en un espacio de exploración abierta, donde pueden descubrir nuevas perspectivas sobre sí mismos y sobre los problemas que enfrentan. El juego fomenta la experimentación y el aprendizaje activo, lo que permite que los participantes encuentren respuestas a desafíos internos y profesionales de manera más creativa.

Al construir modelos con LEGO® o al seleccionar imágenes con Points of You®, los líderes se enfrentan a representaciones físicas o visuales de sus pensamientos y emociones, lo que les permite visualizar, procesar y comprender mejor sus creencias, valores y bloqueos. Este proceso de externalización les permite tomar distancia de sus propios juicios, promoviendo la autoconciencia, la reflexión profunda y en consecuencia el Insight. Por otro lado, el ilusionismo o la magia - (idea que tome y aprendí hace muchos años de Robert Pike) ofrece un enfoque metafórico único para ilustrar procesos internos y externos. Al igual que un truco de magia, donde el misdirection puede revelar nuevas percepciones y producir distintas emociones, los juegos de magia durante las sesiones de entrenamiento o coaching pueden mostrar cómo las percepciones limitantes pueden ser transformadas. Los trucos de magia permiten a los participantes experimentar cómo "lo aparentemente imposible" puede reinterpretarse, mientras se produce la "suspensión de la incredulidad" y se genera - así - un "despertar" cognitivo y emocional que facilita la toma de consciencia psicológica. En conjunto, estos recursos lúdicos y mágicos no solo facilitan el aprendizaje, sino que abren la puerta a un proceso más profundo de autoconocimiento, permitiendo a los líderes descubrir y redefinir su manera de liderar y enfrentar el cambio organizacional.

En sus publicaciones en LinkedIn habla de la influencia positiva como un poder que transforma. En su experiencia, ¿qué diferencia a un líder influyente de uno simplemente jerárquico, y cómo se cultiva esa influencia en contextos híbridos y remotos?

La diferencia fundamental entre un líder que usa su influencia positiva y uno que solo usa la autoridad de su cargo radica en cómo ejercen su poder. Un líder que usa la influencia... no usa su cargo para imponerse sino usa su cargo para hacerse cargo - para hacer que las cosas sucedan, y que sucedan a través de otros... usando su capacidad para inspirar, motivar y conectar emocionalmente con su equipo en cada parte del proceso. Su influencia proviene - entre otras cosas - de la confianza, el respeto y la empatía, lo que le permite guiar a otros a través de su ejemplo y no solo

a través de su autoridad formal. Este tipo de liderazgo se cultiva a través de la autenticidad, la capacidad de escuchar y la habilidad para crear un entorno donde las personas se sientan valoradas y comprendidas, independientemente de su rol jerárquico. En contextos híbridos y remotos, esta influencia se vuelve aún más crucial. La falta de contacto físico requiere una mayor claridad en la comunicación y mejores estrategias de influencia. Los líderes positivos deben ser capaces de fomentar un sentido de comunidad virtualmente manteniendo a los equipos alineados hacia un propósito común, incluso a distancia. Esto se logra mediante la gestión emocional, el uso de herramientas digitales para mantener la colaboración fluida y la creación de espacios de conexión personal, como reuniones uno a uno o sesiones informales, que fortalecen la relación humana más allá del trabajo. El líder influye cuando, aún sin estar físicamente presente, genera compromiso y motivación a través de su aproximación y visión. Hoy, la constante debe ser el logro de resultados a través de las relaciones. En otras palabras, es muy necesario lograr los resultados mientras se construyen y mantienen buenas relaciones interpersonales presenciales o virtualmente.

Sabemos que ha impartido más de 38,000 horas de formación. Mirando hacia atrás, ¿cuál ha sido el momento más revelador o conmovedor de su trayectoria profesional? ¿Hubo alguna historia personal que le haya recordado el verdadero sentido de lo que hace?

Uno de los momentos más reveladores y conmovedores de mi trayectoria profesional ocurrió durante mi tiempo acompañando a Procter & Gamble. Recuerdo con claridad a una Assistant to the Brand Manager con la que trabajé estrechamente en un programa de liderazgo y habilidades blandas. A lo largo de nuestras sesiones de coaching grupal, ella mostró una gran capacidad y dedicación, pero también mucha inquietud, algo común en muchos jóvenes talentos. Le brindé apoyo en fortalecer su influencia, liderazgo y autoconfianza, ayudándola a percatarse de su verdadero potencial. Pasaron unos pocos años y sorprendentemente, un día me la volví a encontrar como Directora de Marketing en la misma compañía. El impacto que había tenido nuestro trabajo juntos fue tangible para mí - sobretodo... en el momento en que ella me comentó cómo esas herramientas habían sido clave para su crecimiento. Lo más conmovedor de todo fue que pocos años después, durante una conferencia en la que ambos participábamos, me la volví a encontrar, pero esta vez como VP de Marketing de Coca-Cola Company. Sin duda, una historia de encuentros y reencuentros... una experiencia que siempre me evocó recuerdo de aquella chica muy joven y talentosa, del gran jefe que tuvo y de la oportunidad que tuve de acompañarla en su proceso de crecimiento. Experiencias como esta, siempre son un recordatorio profundo del verdadero propósito de lo que hago: no se trata solo de transferir

conocimiento o moldear comportamiento sino de empoderar a las personas para que descubran su potencial y transformen su futuro. Esos momentos, cuando los líderes a quienes acompañamos alcanzan sus sueños y metas, cuando crecen personal y profesionalmente... son la verdadera recompensa de nuestro trabajo.

Para cerrar: en un contexto tan cambiante, ¿cómo se prepara para seguir acompañando a líderes del futuro? ¿Qué habilidades está cultivando ahora mismo y qué consejo daría a quienes hoy lideran en medio de la disrupción digital y emocional?

Para seguir acompañando a los líderes del futuro, me preparo continuamente cultivando habilidades de facilitación e intervención, no solo tecnológicas, sino también psicológicas. En un contexto de disrupción constante, mi conocimiento y experiencia como psicólogo se han vuelto herramientas fundamentales y cruciales para comprender cómo los procesos cognitivos influyen en la toma de decisiones, el manejo del estrés y la resiliencia de los equipos. Estoy siempre profundizando en la psicología cognitiva, ya que entender cómo las personas procesan información, responden al cambio y toman decisiones, me permite adaptar mejor mis enfoques de coaching y formación... a las necesidades individuales y colectivas.

Además, estoy implementando estrategias de coaching para equipos intergeneracionales, especialmente con millennials y centennials. Estas generaciones buscan propósito, autenticidad y un ambiente que valore el equilibrio entre la vida profesional y personal. Es fundamental que los líderes aprendan a escuchar y atender sus expectativas sin perder la visión estratégica. Mi recomendación para quienes lideran en medio de esta disrupción es que cultiven la empatía y la capacidad de aprender continuamente. En un entorno digital y emocionalmente cambiante, un líder debe ser capaz de conectar con su equipo de manera humana, debe ser capaz de promover la colaboración intergeneracional y, sobre todo, debe ser capaz de gestionar el cambio emocional que acompaña a la transformación digital. Un líder que influye en otros - es aquel que entiende tanto la mente como el corazón de su gente.

La visión de Thony S. Medina recuerda que la transformación digital, por sí sola, no garantiza el éxito organizacional; es la transformación humana la que da sentido y sostenibilidad a cualquier avance tecnológico. Su trabajo demuestra que la influencia positiva, la autenticidad y la conexión emocional son catalizadores de cambios profundos y duraderos. Para quienes hoy lideran en medio de la disrupción, su mensaje es claro: cultivar la empatía, mantener el aprendizaje continuo y comprender tanto la mente como el corazón de las personas no es solo una ventaja competitiva, es la esencia misma del liderazgo del futuro.

EXPO CUMBRE 2025

FACTOR DE ÉXITO

LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

24 y 25 Octubre

Convention Center
Hotel Sanctuary Capcana

**Sostenibilidad y convergencia:
El futuro de los negocios en el caribe**
CONFERENCIAS | RUEDAS DE NEGOCIOS



EXPOSICIÓN COMERCIAL



CONFERENCIAS CONVERSATORIOS



RUEDAS DE NEGOCIOS



En un mundo donde la sostenibilidad y la innovación son fundamentales para el éxito empresarial, la Expo Cumbre Factor de Éxito 2025 se presenta como el escenario definitivo para los líderes visionarios que desean dejar huella en el panorama económico iberoamericano. Este evento, que trasciende las convenciones tradicionales, ofrece una oportunidad única para establecer alianzas

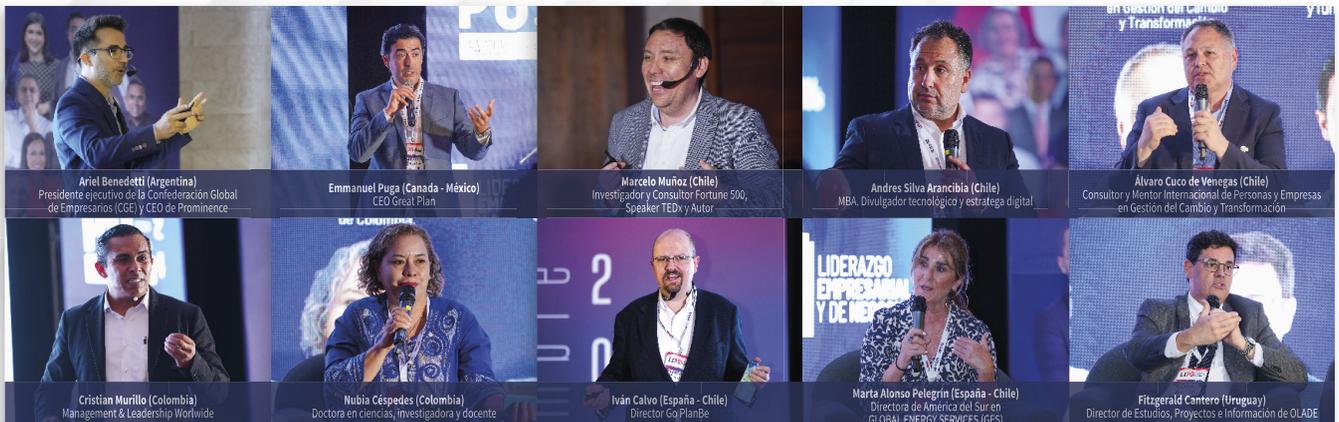
estratégicas, explorar nuevas perspectivas empresariales y contribuir activamente al desarrollo sostenible de la región.

Un evento transformador en el corazón del Caribe

La Expo Cumbre Factor de Éxito 2025 no es un evento corporativo más; es un punto de convergencia donde líderes influyentes de

Iberoamérica se reúnen para dialogar, innovar y establecer colaboraciones que trascienden fronteras. Los días 24 y 25 de octubre, el exclusivo Hotel Sanctuary de Cap Cana (República Dominicana) se convertirá en el epicentro de la innovación empresarial, y reunirá a directores altos ejecutivos, inversores estratégicos, autoridades gubernamentales y representantes de importantes gremios empresariales.

► Momentos que marcaron la edición anterior:



En un mundo en constante cambio y con una competencia global, los líderes empresariales saben que su verdadero valor no radica solo en los productos que ofrecen o en los balances que presentan, sino en su capacidad para inspirar, conectar y trascender. La Expo Cumbre Factor de Éxito 2025 nace con el propósito de convertir esa inspiración en acción, de generar alianzas a partir de la conexión y de expresar la trascendencia en proyectos que impacten a toda Iberoamérica.

Impacto de la Expo Cumbre Factor de Éxito 2024

+400 participantes
44 speakers provenientes de 8 países
+30 reuniones de negocios
10 conferencias
8 conversatorios

República Dominicana: el hub estratégico emergente del Caribe

La elección de República Dominicana como sede no es casualidad. Este país caribeño ha experimentado una notable transformación económica, posicionándose como un destino privilegiado para los negocios y la inversión extranjera en la región.

Récord histórico de visitantes: 11.192.042 turistas en 2024 (8,5 millones por vía aérea y 2,6 millones en cruceros), lo que consolida su liderazgo en el sector turístico del Caribe.

Inversión extranjera robusta: la inversión extranjera directa (IED) en la República Dominicana en 2024 alcanzó un récord histórico superior a los 4500 millones de dólares, concentrados principalmente en los sectores del turismo, la construcción, la energía y el inmobiliario.

Crecimiento económico sostenido: un promedio del 5 % anual durante

la última década, que demuestra la resiliencia y el dinamismo de su economía.

República Dominicana en cifras: un destino con visión de futuro:

+11.1 millones de turistas 2024

+US\$4,500 millones de IED

+5% de crecimiento anual

Cap Cana, con su incomparable oferta de lujo y exclusividad, no solo representa la excelencia turística de la República Dominicana, sino que ofrece el entorno ideal para un evento empresarial de alcance global. Sus instalaciones de primer nivel, combinadas con un entorno natural privilegiado, crean el ambiente perfecto para fomentar conexiones significativas entre los participantes.

Una sede de clase mundial para encuentros estratégicos:



Los cuatro pilares estratégicos que definen el futuro de la región.

La agenda de la Expo Cumbre Factor de Éxito 2025 se estructura en torno a cuatro sectores estratégicos que no solo ofrecen oportunidades de inversión inmediatas, sino que también marcan las tendencias de desarrollo económico sostenible en toda la región.



Real Estate: inversión con visión de futuro.

El sector inmobiliario del Caribe ha experimentado un auge sin precedentes, con inversiones que superan los 1 500 millones de dólares estadounidenses anuales. La Expo Cumbre servirá de plataforma privilegiada para acceder a oportunidades con altos rendimientos y la seguridad jurídica que caracteriza a la República Dominicana.



Energías renovables: el futuro sostenible del Caribe.

Con una capacidad total instalada de 5835,34 MW y la implementación de proyectos para integrar más energías renovables y sistemas de almacenamiento de energía con el fin de conseguir una red más estable y eficiente, República Dominicana se proyecta como líder regional en el desarrollo de energías limpias, particularmente en los sectores solar, eólico e hidroeléctrico. Este evento ofrecerá un espacio privilegiado para debatir sobre alianzas de financiación verde y proyectos de transición energética.

Los especialistas internacionales compartirán casos de éxito y mejores prácticas aplicables al contexto caribeño.



Turismo sostenible: reinventando la experiencia caribeña.

Esta jornada abrirá un diálogo fundamental sobre cómo integrar la sostenibilidad y la competitividad en el modelo turístico regional para crear destinos que preserven su atractivo natural y generen valor económico para las comunidades locales.

Se abordarán temas como la digitalización de la experiencia turística, la certificación de destinos sostenibles y la creación de productos turísticos innovadores, con la participación de operadores internacionales y autoridades del sector.



MiPymes y emprendimiento: el motor económico regional.

Las MiPymes, que generan aproximadamente el 60 % del empleo en la región, se enfrentan a desafíos críticos relacionados con el acceso a capital, los mercados

internacionales y la digitalización. Con el respaldo de instituciones líderes como la Confederación Global de Empresarios (CGE) y el Consejo Empresarial Iberoamericano (CEIB), la ExpoCumbre fomentará activamente su internacionalización y fortalecimiento.

Los participantes podrán acceder a conferencias especializadas sobre financiación alternativa, transformación digital y estrategias de exportación adaptadas específicamente a las necesidades del emprendimiento caribeño, lo que facilitará su integración en cadenas de valor globales.

► Liderazgos que transforman: Voces clave de la Expo Cumbre 2025



► **Álvaro Daniel Cagüeñas (USA):** presidente ejecutivo de la Confederación Global de Empresarios (CGE) y CEO de Prominence. Reconocido por crear puentes de colaboración entre empresarios de diferentes países latinoamericanos, Cagüeñas compartirá su visión sobre cómo las compañías con inteligencia estratégica y evolutiva pueden aprovechar las redes transnacionales para ampliar sus operaciones en los mercados internacionales.



► **Salvador Pepe y Ana Márquez (Estados Unidos):** Salvador Pepe es el segundo vicepresidente de la Cámara de Comercio Venezolano-Estadounidense y Ana Márquez es abogada y socia de la empresa Estratega Boutique, que ofrece acceso reservado a inversiones inmobiliarias en Florida. Ambos presentan la conferencia sobre cómo invertir en bienes raíces en Miami sin

comprar propiedades. La estrategia silenciosa que está cambiando las reglas del juego. Su objetivo es explicar cómo los nuevos modelos de inversión inmobiliaria permiten a los empresarios acceder al mercado de Miami sin necesidad de adquirir propiedades, optimizando riesgos y generando retornos atractivos.



► **Erik Díaz (España):** este conferencista internacional abordará la innovación impulsada por el desafío de la longevidad: presente y futuro, analizando cómo el fenómeno de la longevidad está transformando los modelos de negocio y de bienestar, y de qué manera la innovación debe responder a los retos y oportunidades que genera una población que vive más tiempo.



► **Juan Andrés Romero (España):** El CEO de Larimar City & Resort nos acompañará con su conferencia sobre el innovador proyecto de ciudad inteligente. Una ciudad para el futuro que responde a las tendencias globales en urbanismo, concebido bajo principios de sostenibilidad.



► **Marta Alonso Pelegrín (Chile):** Directora de América del Sur en Global Energy Services (GES), con más de 25 años de trayectoria en el sector de energías renovables. Su conferencia destacará cómo la innovación, la sostenibilidad y el trabajo en equipo son claves para transformar el futuro energético. Alonso Pelegrín abordará además la importancia de cerrar la brecha de género en la industria y de escuchar las voces de las nuevas generaciones en la construcción de un mundo más justo y sostenible.



► **Diego Ledesma (Argentina):** Coach, mentor y speaker internacional, fundador de Humanagement, consultora que integra tecnología, bienestar y cultura para construir organizaciones más humanas en la era de la inteligencia artificial. Con más de 17 años de experiencia, Ledesma compartirá cómo el liderazgo emocional y la felicidad organizacional son claves para potenciar el talento y conectar el propósito humano con la velocidad tecnológica, demostrando que la IA no reemplaza la sensibilidad, sino que la amplifica.

► Razones para participar

- **Networking de alto nivel con líderes empresariales, inversionistas y autoridades regionales.**
- Acceso a información estratégica sobre tendencias, proyectos y oportunidades en Turismo, Real Estate, Energías Renovables y MiPymes.
- **Visibilidad personal y corporativa en un evento que reúne a la élite empresarial del Caribe y Latinoamérica.**
- Posibilidad de generar alianzas y acuerdos de negocios reales.
- **Participación en conferencias y paneles con expertos internacionales.**
- Conexión directa con mercados clave y proyectos de inversión sostenibles.

¡Conecta con líderes e inversionistas que pueden transformar tu negocio!

La experiencia Factor de Éxito: más allá del evento.

Lo que distingue a la Expo Cumbre es su integración en el ecosistema

global de Factor de Éxito. Para los participantes, esto significa que su inversión trasciende los dos días del evento, convirtiéndose en una plataforma continua de visibilidad y conexiones.

Presencia editorial multiplataforma:

Los patrocinadores tienen la oportunidad de ser entrevistados para las diferentes ediciones de Factor de Éxito en nueve localidades estratégicas (Atlanta, Miami, Nueva York, Colombia, Ecuador, Chile, México, Panamá y República Dominicana), lo que amplifica su mensaje a audiencias cualificadas.

Ser parte de la Expo Cumbre Factor de Éxito significa integrarse a una red selecta de ejecutivos y empresarios que comparten visión, valores y oportunidades de colaboración. Lo que marca la diferencia es el respaldo de un medio de comunicación internacional que no solo organiza el encuentro, sino que multiplica la visibilidad y el alcance de sus protagonistas en nuestras ediciones internacionales.

Respaldo institucional y expectativas de la comunidad empresarial.

El interés manifestado por instituciones de prestigio como el Foro ECOFIN, la Confederación Global de Empresarios (CGE), El Consejo Empresarial Iberoamericano (CEIB), ProColombia y la US-VEN Chamber confirma la relevancia estratégica de la Expo Cumbre como plataforma de alcance genuinamente global. Su participación anticipada valida el concepto del evento y garantiza un nivel excepcional de networking para todos los asistentes.

“Quienes han pasado por las páginas de Factor de Éxito lo resumen así: estar aquí es estar en la plataforma que proyecta el liderazgo en Latinoamérica. Esa es la verdadera clave.”



Reserva la fecha: 24 y 25 de octubre de 2025 Hotel Sanctuary, Cap Cana República Dominicana

Un evento, una experiencia, una plataforma de trascendencia internacional que fortalece su trayectoria profesional y amplifica su huella en el mundo empresarial iberoamericano.



Edgar Pérez

Conferencista Internacional y Experto en Innovación Tecnológica

"La comunicación es el puente
entre la innovación y la adopción"

Liderazgo global que une innovación tecnológica y
desarrollo humano para la transformación empresarial

Con una carrera que abarca desde los pasillos corporativos de Citigroup, IBM y McKinsey hasta escenarios en ciudades icónicas como Dubái, Singapur, Londres y Pekín, Edgar Pérez se ha consolidado como una de las voces más influyentes en el diálogo global sobre innovación y transformación digital. Autor de bestsellers, conferencista internacional y estratega visionario, su trabajo explora la intersección entre tecnologías disruptivas como la inteligencia artificial, la computación cuántica, el 6G y la transformación de las organizaciones con el talento humano en el centro.

Pérez es un defensor de un principio claro: la tecnología debe servir para potenciar a las personas, no para sustituirlas. Su enfoque, que ha inspirado a audiencias en más de 25 países, se basa en la integración equilibrada de herramientas digitales con programas sólidos de formación, upskilling y reskilling, asegurando que cada innovación se traduzca en empoderamiento humano y competitividad empresarial.

Reconocido por su presencia en medios como CNN, CNBC, Bloomberg TV y The New York Times, y por su colaboración con corporaciones globales como Huawei, Microsoft, Dell y Franklin Templeton, Pérez aporta a cada escenario una combinación única de rigor técnico, visión estratégica y energía motivadora. Su experiencia le ha permitido ser testigo y protagonista de casos de éxito donde la IA, la automatización y la cultura organizacional convergen para generar cambios sostenibles.

Más allá del ámbito corporativo, este profesional proyecta su personalidad vibrante en la música y el baile, pasión que le ha enseñado la importancia del ritmo, las pausas y la conexión emocional con la audiencia. Este sello personal convierte sus conferencias en experiencias memorables que van más allá del conocimiento técnico, inspirando a líderes a repensar sus modelos de negocio y a abrazar la transformación con propósito.

Para Pérez, el futuro de la gestión empresarial no está solo en adoptar la tecnología más avanzada, sino en crear culturas organizacionales donde el talento humano y la innovación caminen de la mano hacia un mismo horizonte. En un mundo en el que la transformación digital es ineludible, su mensaje es tan claro como urgente: el verdadero cambio comienza en las personas.



Su trayectoria le ha permitido trabajar con empresas líderes en distintos sectores. Desde su perspectiva, ¿cuál es el mayor reto que enfrentan las organizaciones al buscar equilibrar la implementación de tecnologías disruptivas con el desarrollo y bienestar de su talento humano?

El mayor reto es evitar que la tecnología se convierta en un fin en sí mismo, olvidando que son las personas quienes dan sentido y dirección a cualquier innovación. En mis conferencias y seminarios en más de 25 países, desde Naples Beach y Londres hasta Dubái y Shanghái, he visto que las organizaciones que triunfan son aquellas que integran la tecnología como una herramienta para empoderar al talento, no para reemplazarlo.

El equilibrio se logra cuando la inversión en herramientas digitales va acompañada de un compromiso real con la formación, el bienestar y la motivación del equipo humano.

En esta edición destacamos cómo la inteligencia artificial y la automatización están revolucionando la gestión del talento. ¿Qué recomendaciones ofrecería a líderes empresariales que buscan implementar estas herramientas manteniendo al factor humano en el centro de la estrategia?

Primero, adoptar una visión de “IA aumentativa” y no “IA sustitutiva”, entendiendo que la inteligencia artificial debe complementar las capacidades humanas. Segundo, involucrar a los equipos desde el inicio para reducir la resistencia al cambio y fomentar la apropiación de la tecnología. Y tercero, invertir en programas continuos de actualización y reskilling que permitan que cada colaborador evolucione junto con la tecnología.

La automatización sin un plan humano sólido es como un barco sin timón, hecho que, lamentablemente, he percibido en compañías grandes y pequeñas.

Ha compartido su visión en foros globales sobre tecnologías como IA, computación cuántica y 6G. ¿Qué tendencias considera que marcarán la próxima ola de transformación digital en la gestión empresarial?

En realidad, somos privilegiados de estar en la antesala de tres grandes revoluciones: la convergencia de la IA con la computación cuántica, la hiperpersonalización de experiencias gracias al análisis predictivo avanzado y la conectividad extrema que traerá el 6G. En los escenarios globales donde participo, incluyendo foros en Asia, Europa, Medio Oriente y América, encuentro que las empresas que adopten estas tecnologías de forma estratégica y ética liderarán la próxima década.

El upskilling y reskilling son esenciales en entornos de cambio acelerado. ¿Qué modelos de capacitación considera más efectivos para preparar a las personas en un escenario donde la tecnología evoluciona de manera exponencial?

Los modelos más efectivos son los que combinan experiencias inmersivas con aplicación práctica inmediata. En mis seminarios globales, he comprobado que el aprendizaje basado en proyectos reales, sumado a simulaciones y casos de estudio adaptados a la industria, genera una comprensión profunda y duradera. Además, el microlearning, con contenidos cortos, frecuentes y actualizados, es ideal para mantener la relevancia en un mundo donde la tecnología cambia a velocidad exponencial.

Con experiencia en ciudades tan diversas como Singapur, Dubái y Nueva York, ¿qué lecciones ha identificado sobre la adaptación cultural y organizacional en procesos de transformación digital?

Cada ciudad me ha enseñado algo distinto: en Singapur, ciudad-Estado que acaba de celebrar los 60 años de su independencia, la importancia de la planificación meticulosa; en Dubái, la audacia para pensar en grande; y en Nueva York, la velocidad para ejecutar.

La clave está en adaptar la estrategia a la cultura local, respetando valores y estilos de comunicación, pero manteniendo una visión global. Las transformaciones más exitosas son las que logran integrar diversidad cultural con objetivos compartidos.

La transformación digital abarca desde servicios financieros hasta sostenibilidad impulsada por tecnología. ¿Cómo pueden las empresas crear una estrategia integral que conecte la innovación tecnológica con objetivos de negocio y responsabilidad social?

La innovación tecnológica no puede vivir aislada de los objetivos estratégicos ni de la responsabilidad social. Recomiendo que toda empresa diseñe una “hoja de ruta” donde cada iniciativa tecnológica esté vinculada explícitamente con una meta de negocio y un impacto positivo en la comunidad o el medio ambiente. Por ejemplo, he visto compañías en América Latina usar IA para optimizar cadenas de suministro y, al mismo tiempo, reducir emisiones de dióxido de carbono. Esa doble contribución es lo que genera valor sostenible.

Como autor y conferencista, ha inspirado a líderes en todo el mundo. ¿Qué papel juega la comunicación efectiva para impulsar la adopción de nuevas tecnologías dentro de las organizaciones?

La comunicación es el puente entre la innovación y la adopción. En mis conferencias frente a accionistas y directivos, utilizo un lenguaje claro, historias inspiradoras y ejemplos tangibles que conectan la tecnología con la vida diaria. Un mensaje mal transmitido puede frenar incluso la innovación más brillante; en cambio, una comunicación efectiva convierte la incertidumbre en entusiasmo y compromiso.

Más allá de su faceta profesional, ¿cómo su energía personal y sus pasiones, como la música, influyen en su capacidad para conectar con audiencias y transmitir mensajes transformadores?

Dentro de las artes, me apasiona el baile. Me recuerda que toda presentación debe tener ritmo, pausas y momentos de clímax. Esa misma sensibilidad la aplico en el escenario para mantener a la audiencia emocionada y atenta, ignorando incluso los mensajes en el teléfono.

Mi energía viene de la convicción de que cada interacción es una oportunidad para transformar la forma en que alguien ve el futuro. Y creo que esa pasión genuina se percibe, ya sea que esté frente a 50 líderes en Santiago o ante miles de ejecutivos en Pekín.



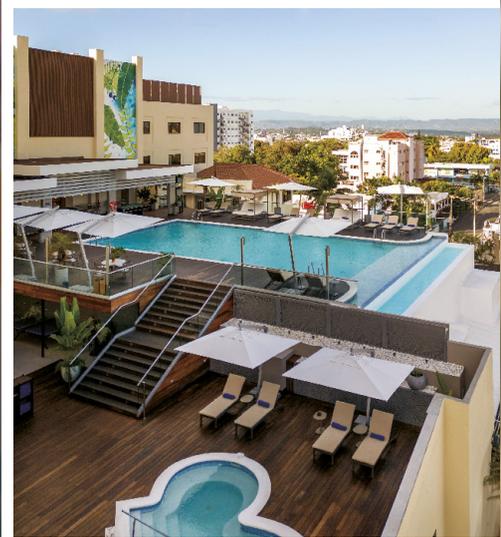




35 AÑOS DE EXPERIENCIA NOS RESPALDAN.

En Hodelpa Hotels, somos más que una cadena: somos una operadora hotelera con visión, compromiso y excelencia, liderando el turismo con pasión desde hace más de tres décadas.

Pasión por la hospitalidad.



Jessica Aja
Franco

Vicepresidenta Ejecutiva, Hodelpa Hotels & Resorts

Hodelpa fortalece su cultura organizacional mientras avanza en su transformación digital con foco humano

La tecnología se integra al servicio para elevar la experiencia y el compromiso del equipo

Con una visión estratégica anclada en la sensibilidad humana, Jessica Aja Franco como Vicepresidencia Ejecutiva de Hodelpa Hotels & Resorts, está marcando una nueva etapa en su carrera dentro del sector hotelero. Aja Franco, formada en Negocios Internacionales y con una maestría en Comunicación y Marketing Digital, representa el equilibrio entre innovación tecnológica y cultura organizacional centrada en el talento.

Su trayectoria en la empresa, que abarca más de ocho años en distintos roles de liderazgo, la posiciona como una profesional con profundo conocimiento del ADN de Hodelpa. Esta experiencia interna le permite impulsar con mayor precisión una transformación digital que no solo se traduce en eficiencia operativa, sino en una evolución del liderazgo organizacional hacia modelos más empáticos, colaborativos y resilientes.

Alineada con el enfoque de esta edición, donde el talento humano se encuentra en el centro de la revolución digital, Aja apuesta por un liderazgo que combina la automatización y la inteligencia artificial con el desarrollo de competencias blandas y técnicas. Bajo su dirección, Hodelpa continuará fortaleciendo programas de upskilling y reskilling, pero también la conexión emocional de los colaboradores con la empresa, un aspecto que considera esencial para sostener el compromiso a largo plazo.

En su visión, el verdadero éxito empresarial reside en la integración de la tecnología sin perder la calidez que caracteriza al servicio de Hodelpa. La empresa ha sabido sostener vínculos duraderos con su personal—algunos con más de 30 años de antigüedad— gracias a una cultura que promueve la escucha, el reconocimiento y el crecimiento profesional desde dentro.

La historia de esta profesional también representa un testimonio inspirador del liderazgo femenino en un sector competitivo. Desde su primera incursión en la responsabilidad social corporativa hasta dirigir la estrategia de marketing de la cadena, ha demostrado que es posible liderar con propósito sin renunciar a los valores personales. Hoy, su propósito es claro: consolidar una Hodelpa más conectada con las nuevas generaciones, más digital, pero siempre humana.

Usted asume el cargo de vicepresidenta ejecutiva en un momento clave para Hodelpa. ¿Qué representa este nuevo reto en su trayectoria profesional?

Este nuevo reto representa para mí una gran responsabilidad y, al mismo tiempo, una enorme oportunidad. Es la culminación de un recorrido que comenzó desde muy joven, impulsado por la pasión por los negocios, el compromiso con el servicio y la inspiración constante de mi familia. Significa asumir un rol más estratégico, donde debo balancear la innovación con la esencia que nos ha definido como cadena: el servicio con amor. Mi propósito es seguir elevando el posicionamiento de Hodelpa, fortalecer

nuestras marcas y continuar impulsando una cultura organizacional que inspire excelencia y cercanía.

Hodelpa es reconocida por contar con asociados que han dedicado más de 30 años a la empresa. ¿Qué aspectos de la cultura organizacional considera fundamentales para sostener ese compromiso a largo plazo?

En Hodelpa hemos cultivado una cultura centrada en el valor humano. Creemos en la formación continua, en la promoción desde dentro y en un liderazgo cercano que escucha y valora. Nuestros colaboradores no solo trabajan en un hotel, sino que se sienten parte de una gran familia. Lo que nos distingue es la filosofía de servir con amor y la convicción de que cada interacción puede convertirse en una experiencia memorable. Y no solamente con nuestros huéspedes: nuestra relación con el personal parte del amor y la valoración. Esa conexión emocional y el sentido de pertenencia son la base de la fidelidad de nuestros equipos.

¿Cuáles serán sus prioridades estratégicas para continuar fortaleciendo el capital humano y la excelencia en el servicio dentro de la compañía?

Mi prioridad será seguir apostando por el desarrollo de nuestra gente. Vamos a continuar diseñando experiencias de formación que vayan más allá de lo técnico y aborden también lo humano.

Quiero que cada persona dentro de Hodelpa sienta que tiene espacio para crecer, para aportar ideas y para ser escuchada.

También pondremos mucho enfoque en cómo la tecnología puede ayudarnos a servir mejor, sin perder esa calidez que nos caracteriza. Creo que la excelencia se alcanza cuando se combina una cultura sólida, un liderazgo empático y un equipo motivado que se siente parte del propósito.

Como mujer en un rol de alta dirección en la industria hotelera, ¿qué aprendizajes ha obtenido en su camino y qué legado aspira dejar en Hodelpa?

He aprendido que liderar siendo mujer no es una desventaja, sino una oportunidad para inspirar desde la sensibilidad, la coherencia y la determinación. En mi camino ha sido clave la mentoría de mis padres y el poder rodearme de personas que creen en mí.

Aspiro a ser un ejemplo de que se puede construir una carrera con propósito, sin sacrificar la esencia personal. Mi legado será el de haber contribuido a fortalecer una cultura que valora el talento, promueve la equidad y fomenta el liderazgo auténtico. Quiero dejar una Hodelpa aún más humana, más cercana y más conectada con las nuevas generaciones.



Ramón Fauria

Founder & CEO de Experience RF | Conferencista de alto impacto y experto en mindset, comunicación e influencia

Liderazgo transformacional con propósito: el arte de influir, emocionar y dejar huella en la era digital

“La transformación digital es, sobre todo, una transformación cultural... y eso exige un cambio de mindset.”

Ramón Fauria no solo lidera desde el conocimiento, sino desde la experiencia emocional. Ex abogado con sólida trayectoria en Londres y Barcelona, decidió dejar atrás su carrera tradicional para dedicarse a lo que verdaderamente le apasiona: el desarrollo del factor humano. Hoy es uno de los referentes más solicitados en liderazgo transformacional, comunicación de alto impacto y mentalismo corporativo en Europa y América Latina.

Su propuesta —una mezcla de contenido estratégico, participación emocional e intervenciones memorables— ha impactado a empresas de primer nivel en sectores como tecnología, salud, banca, automoción, energía y lujo. Ha logrado algo que pocos consiguen: unir el pensamiento crítico con el poder de la emoción para movilizar culturas organizacionales hacia el cambio positivo, sostenible y humano.

En esta entrevista exclusiva para nuestra edición internacional de Factor de Éxito, Ramón comparte claves sobre cómo preparar el talento del presente y del futuro ante el auge de la inteligencia artificial, el valor del mindset como raíz de toda transformación y por qué el entretenimiento con propósito puede ser una de las herramientas más poderosas en la era digital.

Su enfoque en el “factor humano” y el poder del mindset ha transformado múltiples escenarios empresariales. ¿Podría compartírnos una cifra o indicador que refleje el impacto cuantificable que ha logrado con alguna de sus intervenciones en empresas o eventos?

Hoy en día hay dispositivos que miden el impacto que las conferencias o presentaciones tienen en la audiencia en cada momento y en el momento (por ejemplo, los picos de atención), pero todavía no es común. Por otro lado, hemos de tener en cuenta que en gran medida estamos hablando de emociones, un intangible que es difícil cuantificar. Los instrumentos que pueden ayudar un poco a medir la satisfacción, la efectividad, la utilidad y otros aspectos son las entrevistas, cuestionarios, feedback o evaluaciones 360°.

Una intervención adecuada, bien pensada y ejecutada, tiene un gran impacto en la conciencia, en la responsabilidad y proactividad y en la toma de acción de los asistentes, y por ende en la cuenta de resultados. Más concretamente, también tiene efecto en la retención de talento, en la productividad, en el clima laboral, en el compromiso, en la fidelización, en el desarrollo de habilidades, en el impacto de la comunicación y mensajes estratégicos que se desean transmitir o realzar, etc. Pero como digo disponer de cifras concretas es complejo porque también depende de otros aspectos ajenos a la intervención en sí, como puede ser la publicidad, la promoción, la preparación, etc.

En un contexto donde talento y tecnología convergen en la transformación digital, ¿cuáles considera usted que son las “powerskills” más urgentes a desarrollar en los equipos de alto rendimiento hoy en día?

Aparte de un buen dominio de la técnica y saber sacarle partido a los datos, las “powerskills” que han triunfado desde antaño y a lo largo de la historia universal:

Autoconocimiento (la tecnología avanza a pasos agigantados y sin embargo el conocimiento interior sigue

lento y estancado), la autoconciencia, la colaboración, la inteligencia emocional, técnicas de comunicación efectiva y avanzada, los valores (como especialmente la integridad y ética, la excelencia (foco en mejorar cada día uno mismo más que en el resultado...), la proactividad, la perseverancia, la humildad, la pasión, el aportar valor positivo a los demás...), todos al fin y al cabo muy relacionados con una mirada humanista y una adecuada mentalidad.

No olvidemos que cuando hablamos de transformación digital, estamos hablando de transformación cultural, y eso exige un cambio de mindset. Uno de los powerskills más poderosos y cruciales es saber gestionar adecuadamente nuestra mente y la de los demás. La mente (y la mentalidad, desde donde participamos mentalmente ante todo lo que nos acontece) lo es todo. Acaba siendo la raíz de toda transformación, liderazgo, comunicación, influencia, ventas, rendimiento, bienestar...

Conocer cómo funciona nuestra mente nos permite por ejemplo avanzarnos, y eso permite influencia, y la influencia permite liderazgo. Sin influencia, no hay liderazgo.

Ha trabajado con sectores tan diversos como banca, tecnología, energía o salud. ¿Qué diferencia observa usted en la forma en que cada uno aborda el desarrollo humano y el liderazgo transformacional?

Aparte de las singularidades, necesidades e inquietudes específicas de cada sector, atendería a la diferencia de tamaño y sobre todo de visión. Las grandes suelen necesitar de más capacidad de gestión y la IA por ejemplo en ese sentido les es de gran utilidad como una herramienta más para medir y optimizar procesos y estrategias de forma más ágil y personalizada. Las visiones y estilos de liderazgo también se notan en cualquier detalle (cómo te tratan en general, cómo se relacionan entre ellos, si hay mucha o poca burocracia, si hay puertas abiertas o cerradas, si saben estimular y conectar con su gente...)

De todas formas, las inquietudes son muy similares (tener bien definidos propósitos, visiones y misiones; avivar el sentido de pertenencia y de compromiso, de unión, de innovación, de ir un paso más allá, de adaptación ágil ante los cambios, de buen clima laboral y de experiencia de empleado con el fin de atraer y retener talento y más impacto en la experiencia de cliente y por ende mejor influencia en todo y mejores resultados; y hoy especialmente en estos tiempos que vivimos generar un mindset adecuado y humanista para afrontar cualquier tipo de éxitos y desafíos con resultados y de forma inteligente, plena y sostenible.

¿Qué papel juega el entretenimiento con propósito —como su propuesta de mentalismo corporativo— en los procesos de aprendizaje y cambio dentro de organizaciones tecnológicamente avanzadas?

Juega un papel innovador, disruptivo, singular; y todo lo singular nos llama más la atención y lo aprehendemos y recordamos con más efectividad y por más tiempo.

- *Facilita también el generar conciencia desde otro punto de vista, desde otra perspectiva, y abre conciencia, luz, ideas, aprendizajes sobre aspectos que quizá no se habían visto antes y por tanto a más oportunidades (e innovaciones). El hecho de que la charla (bien alineada con los propósitos, valores y cultura de la empresa)*

la realice una persona externa con ese estilo suele aumentar atención, visión e impacto, porque cuando la realiza alguien interno en muchas ocasiones las asistentes no prestan tanta atención o están en modo más incrédulo o pensando que es más de lo mismo.

- También refuerza y aumenta la conexión, la cohesión, la interacción, el engagement, que suelen ser propósitos fundamentales que sustentan cualquier reunión, acción o evento que se organiza.
- Ensalza los mensajes estratégicos claves que se desean transmitir y comunicar, que quedan grabados a fuego en la mente de los asistentes. Este es especialmente relevante porque el propósito y objetivo principal de cualquier evento estratégico suele ir por ahí.
- El entretenimiento, siempre que esté bien concebido y adecuado, ayuda a persuadir a personas que incluso no quieren ser persuadidas. Es una herramienta más poderosa de lo que se piensa. Resulta muy útil, efectivo, estratégico, rentable e influenciador. No se trata de una persuasión manipuladora sino influyente, carismática, magnética.

En muchos casos las ventas de una marca o firma suben o bajan dependiendo del valor de su entretenimiento. Al igual que la experiencia de empleado, en su percepción de aportación de valor que recibe de la empresa. El entretenimiento bien concebido, vende, en el sentido que nos permite obtener la atención del público o interlocutor, relajar sus defensas y prejuicios y nos sirve en bandeja el espacio para reforzar, realzar, diferenciar el mensaje.

¿Qué recursos nos pueden ayudar? Los conocemos: un reto, una metáfora, una historia, un juego... Pero deben de tener ciertas características: por ejemplo, que les haga partícipes, que les sea útil, que genere vínculo emocional, que aporte cierta motivación e inspiración en su vida profesional y personal... entonces la propuesta se convierte en imbatible. Sigue los seis puntos que bajo el acrónimo INDUCE comento en El Libro de los Poderes y te aseguro que triunfarás.

El entretenimiento también nos ayuda en una de las claves de toda venta, persuasión o aprendizaje: cambiar el momento: ser capaz de poner al interlocutor en un estado psicológico diferente, a través de una pregunta, de una metáfora y especialmente de un juego o experiencia que le sorprenda.

Por ejemplo, llevándole a ver algún aspecto que no veía o a una decisión o futuro ilusionante y energizante acorde a sus objetivos. Pide a un amigo que piense en un momento del mejor verano que ha pasado y míralo atentamente. Verás cambios fisiológicos (de mirada, de ojos, de habla...). Con una pregunta has cambiado sus pensamientos, postura y apariencia. No le fuerzas a un estado feliz, sino que estableces las condiciones para que su mente haga el resto. El momento ha cambiado.

O genera una experiencia sorprendente que refuerce el mensaje, por ejemplo, anotas en un papel la marca de tu cliente y en otro, la de un competidor. El papel del cliente sorprendentemente no se puede romper de ninguna

manera; en cambio el otro, sí. Aprovechando el factor sorpresa, direccionas a un mensaje alineado y resaltando las virtudes diferenciales de ese producto o servicio del cliente (irrompible, de calidad, con garantía, innovador, etc.).

Usted menciona que muchas de sus intervenciones son “recordadas durante años”. ¿Qué elementos claves incluye para lograr esa memorabilidad en un entorno cada vez más saturado de estímulos digitales?

Eso sería presuntuoso jajaja. Sí que es una aspiración y sí que es lo que comentan los clientes.

Están los datos que te dan mucha información con la cual poder personalizar y poder tomar mejores decisiones, pero luego está la mirada y aproximación humana crucial y varios powerskills que facilitan conseguir esa memorabilidad o acercarse mucho a ella. Por ejemplo, la personalidad y la puesta en escena (guionizar todos los momentos y emociones que desees suscitar), la capacidad de transmitir y comunicar que tenga la persona (especialmente contagiando pasión y entusiasmo), la agradabilidad, la cercanía y la humildad (más que demostrar, compartir genera mayor conexión), que lo que compartas sea útil, efectivo y tenga sentido y significado para tu audiencia, la participación, la utilización de todos los canales sensoriales posibles (olfato, vista, tacto, oído...) y sobre todo la capacidad para sorprender y crear momentos diferenciales y wow.

Todo ello ayuda a generar esas interacciones, experiencias y vivencias únicas y memorables. Al final se trata de conectar, de engage, de conmover, de ¡hacer sentir! Todo suma para una mayor emocionalidad; a mayor emocionalidad, mayor atención; a mayor atención, mayor memoria; a mayor memoria, mayor recuerdo. Un momento que permanece para siempre de forma positiva en sus mentes y que incluso también se puede revivir con la entrega de un objeto que sirva de anclaje de ese momento. Por ejemplo, una llave, una pulsera, una tarjeta que tan solo viéndola te traslada inmediatamente a ese momento tan wow que viviste.

¿Podría usted contarnos sobre algún caso reciente en el que haya intervenido en una convención o foro empresarial, y cómo la experiencia generó un cambio notable en la cultura o clima organizacional?

Hay que ser honestos. Con una sola intervención no puedes incidir en un cambio total y profundo. Para ello se deben establecer planes de acción sostenidos y auditados en el tiempo. Sin embargo, sí es cierto también que, con la intervención puedes abrir mentes, miradas, conciencias, oportunidades y se pueden estimular ciertas acciones que por ende llevan a algunas importantes optimizaciones y a transformaciones y resultados inmediatos.

En su libro El Libro de los Poderes, usted explora cómo potenciar la influencia, el rendimiento y el bienestar. ¿Qué capítulo o idea consideras más transformadora para los líderes del presente y del futuro digital?

Es importante dominar lo mejor posible la técnica y los datos, pero que sobre todo hay que ser muy hábiles en el factor y mente humana.

Hay muchos aspectos, como por ejemplo el poder del pensamiento crítico y de tener criterio (de esta forma pondrás la tecnología a tu favor y te diferenciarás; de otro modo, la tecnología te llevará donde va todo el mundo y sin criterio no te diferencias; estamos viendo por ejemplo como en algunos casos la IA está ‘asesinando’ la verdad y tener pensamiento crítico es fundamental para discernir y para mejorar estrategia y sostenibilidad.

El mindset, la mentalidad, desde dónde participamos mentalmente ante lo que nos acontece y de qué forma, será cada vez de mayor relevancia. El conocer cómo funciona la mente también, porque nos permite anticiparnos; y si nos anticipamos, influenciamos; y si influenciamos, lideramos; y además facilita la innovación).

También están propósitos y valores, porque sin ellos la influencia se puede convertir en manipulación, y eso es cortoplacista e insostenible. Desde siempre el ser humano desea estar cerca y se siente atraído por personas íntegras, excelentes, proactivas, perseverantes, que contagian entusiasmo.

También destacaría el poder de conocer y regular nuestras emociones y la de los demás, así como el poder de comunicar efectivamente (de comprender más que de escuchar; de conectar; de hacernos y hacer las preguntas adecuadas; de aprovechar la magia que tiene un gesto o una sola palabra, que puede cambiar de forma asombrosa enfoques, decisiones y resultados, e incluso nuestra neurología y la de los demás).

El poder de seguir aprendiendo humildemente y aportar valor a los demás (cuando eso pasa, todo fluye a mejor y generas una influencia supina).



Y en especial destacaría el poder de accionar, que es el facilita toda transformación y que finalmente las cosas pasen. No podemos cruzar el mar tan solo mirándolo, como bien decía Tagore.

Finalmente, ¿cómo visualiza usted la evolución del liderazgo en la era de la inteligencia artificial, y qué rol seguirá jugando el capital humano en medio de esta transformación digital?

El factor personas se revela y se revelará cada vez como más determinante. Todo empieza por las personas. Son la principal ventaja competitiva (impacto en resultados, en reputación, en sostenibilidad...). No va de tecnología, va de texturas y sinergias humanas. Se trata de aprovechar al máximo las virtudes de la IA como herramienta o complemento para gestionar y optimizar la experiencia de empleado, la retención de talento, la productividad, la fidelización, el desarrollo de habilidades, los resultados, etc. e incluso que nos permita una vida más plena y sostenible propia y del entorno. Pero es clave entender la IA como un medio, no como un fin. Será importante escuchar, pensar, entender propósitos y necesidades antes de implementar tecnologías y no al revés. Liderazgos con sentido. De aquí que será clave invertir en tecnología, pero especialmente en el desarrollo, el bienestar y la mentalidad de los empleados (e incluso clientes, como ya voy realizando de forma estratégica (mis clientes ofrecen a sus clientes el disfrutar de mis intervenciones como fórmula por ejemplo de fidelización, aportándoles una sesión enriquecedora que optimiza su vida profesional y personal y aprecian con valor diferencial).

Deberá aflorar nuestra versión más humanista. La transformación digital al fin y al cabo es una transformación cultural, y eso exige un cambio de mindset. Y toda transformación, cuanto más tenga en cuenta eso y más humana sea, mayor probabilidad de éxito tendrá.

Por cierto, piensa en un número de dos cifras que sea imposible que pueda saber. Por ejemplo, los dos últimos números de tu nº pin o cualquier otro. ¿Estás de acuerdo conmigo que en ningún caso podría saber el que estás pensando, correcto? ¿Y que en ningún caso a lo largo de la entrevista puedo haberte influenciado a que pensaras ese número, correcto? Abre la lista de cien revistas de las notas de mi teléfono. ¿Qué número estás pensando? ¡El 31! ¿Qué hubiera pasado si hubiera sido el 11, o el 29 o el 51, o el 78, o el 99? Son nombres de diversas revistas internacionales. ¿Y cuál hay en el 31? Oh... la nuestra: ¡¡Revista Factor de Éxito!!

Ramón Fauria no nos deja indiferente. Su enfoque combina ciencia, emoción, propósito y acción. En tiempos donde las máquinas aprenden más rápido que los humanos, su voz nos recuerda que lo verdaderamente irremplazable sigue siendo el talento con conciencia, con intención y con poder transformador. Nos enorgullece anunciar que su presencia como speaker invitado en nuestra próxima Expo Cumbre Factor de Éxito marcará un antes y un después: una experiencia pensada para hacernos reflexionar, accionar y, sobre todo, recordar. Porque como él mismo dice, “todo lo que emociona, transforma. Y todo lo que transforma, permanece.”

La transformación digital integral en el entorno empresarial

A portrait of William 'Billie' Aguilar, CEO and founder of MigratBank. He is a man with a mustache, wearing a light blue blazer over a white shirt, sitting at a wooden desk in a library. His hands are resting on a book on the desk. The background consists of tall wooden bookshelves filled with books.

William "Billie"
Aguilar

CEO y Fundador de MigratBank

Tecnología con alma: el liderazgo que humaniza
la transformación digital en América Latina

"La tecnología es solo un medio; el liderazgo
con propósito es el único que deja huella."

En el dinámico cruce entre talento y tecnología, dos líderes latinoamericanos están marcando un nuevo paradigma: uno donde la transformación digital no gira solo en torno a la eficiencia o el rendimiento, sino a la dignidad, la ética y la inclusión. William “Billie” Aguilar y José Alberto Manzano Rangel no solo comparten una amistad de casi una década; comparten una causa común: demostrar que la tecnología puede tener alma y que el talento humano, cuando es cultivado con propósito, se convierte en el motor de cambio más poderoso de nuestra región.

Desde MigratBank, Billie lidera una Fintech con enfoque social, recientemente reconocida en el Finnovista Fintech Radar Colombia 2025, que impulsa servicios financieros innovadores con vocación inclusiva. Su propuesta combina tecnología con propósito, apostando por soluciones digitales que respondan a las realidades de emprendedores, migrantes y comunidades excluidas del sistema tradicional. Por su parte, desde LatinAI Digital, Pepe Manzano articula estrategias de inteligencia artificial y automatización centradas en la ética, desarrollando marcos que promueven innovación responsable con identidad cultural latinoamericana.

Ambos han fortalecido un ecosistema de alianzas que incluye plataformas como TuFirma, RIOLAB y LotoPunto, con las que co-crean herramientas accesibles y adaptadas a contextos donde la tecnología aún no había llegado con profundidad. Si bien no comparten métricas tradicionales, sus casos reflejan impactos tangibles en accesibilidad, simplificación de procesos y empoderamiento de nuevos usuarios en mercados emergentes. Lo más potente de su liderazgo es que priorizan la confianza, la colaboración y la visión compartida como ejes de una transformación que no busca solo resultados inmediatos, sino huellas sostenibles en el tiempo.

En esta entrevista, nos revelan no solo cómo piensan y lideran, sino también cómo sueñan un futuro digital más justo, humano y conectado.

Desde sus respectivas posiciones en MigratBank y LatinAI Digital, ¿cómo definen el rol que juega el talento humano en la evolución tecnológica y financiera en América Latina?

¿Qué cualidades buscan en los equipos que lideran para avanzar en procesos de transformación digital?

William “Billie” Aguilar (MigratBank) *El talento humano no es un recurso; es la arquitectura viva de todo cambio significativo. En Fintech con propósito como MigratBank, buscamos personas con habilidades técnicas, sí, pero sobre todo con conciencia social. Valoramos la empatía, la adaptabilidad intercultural y el pensamiento*

ético. Quien lidera procesos de transformación debe entender que detrás de cada dato hay una historia humana.

Como CEO de una Fintech, veo al talento humano como el corazón que late detrás de cada línea de código y a propósito de ello me llena de orgullo compartir que MIGRATBANK ha sido seleccionada en el Finnovista Fintech Radar Colombia 2025, presentado por Finnosummit, en colaboración con Mastercard y Galileo Financial Technologies. Este reconocimiento nos posiciona como una de las iniciativas Fintech más destacadas en un ecosistema que hoy supera las 678 empresas, reafirmando el potencial transformador de nuestra propuesta internacional.

José Alberto Manzano Rangel (LatinAI) *Desde LatinAI, el talento humano no es un recurso, es el motor de toda transformación tecnológica y financiera sostenible. En un continente donde la desigualdad y la falta de oportunidades siguen marcando las brechas, el verdadero avance no proviene solo del código o la infraestructura, sino de las personas que diseñan, aplican y lideran tecnología con propósito. Nos enfocamos en desarrollar habilidades con identidad regional, formando líderes tecnológicos que entienden la realidad latinoamericana y pueden diseñar soluciones con pertinencia cultural, económica y social.*

MigratBank y LatinAI nacen con una visión de impacto social. ¿Cómo se equilibra la innovación tecnológica con la ética, la inclusión y los valores humanos? ¿Cuál ha sido el mayor desafío al intentar escalar tecnología con propósito?

William “Billie” Aguilar *La innovación sin ética es solo sofisticación. En MigratBank, cada decisión tecnológica se filtra por el lente de la dignidad humana. Uno de los mayores retos ha sido mantener la integridad del propósito en negociaciones con inversores que priorizan retorno rápido sobre impacto duradero. Pero persistimos, porque no queremos ser solo una Fintech; queremos ser una herramienta de justicia financiera y por ello LatinAI nos fortalece en el aprendizaje continuo.*



José Alberto Manzano Rangel
Cofundador y Director Comercial de LatinAI Digital para LATAM



José Alberto Manzano Rangel *No es una dicotomía; es una ecuación inseparable. En LatinAI creemos que la innovación sin ética no es innovación, es automatización irresponsable. Nuestra alianza con MigratBank nace precisamente para demostrar que se puede escalar tecnología sin deshumanizar los procesos. Este equilibrio se logra desde el diseño. Por eso implementamos marcos de desarrollo ético, metodologías participativas con usuarios reales y principios como la IA explicable, la privacidad por defecto y el diseño centrado en la persona. Innovar con ética no es un freno, es el único camino sostenible para generar confianza y adopción real.*



Después de tantos foros multilaterales, reconocimientos internacionales y alianzas en diferentes países, ¿qué importancia tiene hoy construir redes de colaboración tecnológica transnacional para el desarrollo del talento regional?

William “Billie” Aguilar *Son esenciales. La inclusión financiera no tiene fronteras, y tampoco debería tenerlas la formación de talento. Espacios multilaterales como CEPAL, BID, CAF han demostrado que conectar actores públicos, privados y académicos permite generar soluciones regionales con identidad local. La tecnología necesita diplomacia y cooperación para transformarse en progreso. Por ello LatinAI ofrece un valor de impacto de inclusión Social y Digital y complementamos con Migratbank un impacto de inclusión financiera.*

José Alberto Manzano Rangel *La transformación digital no se trata de tecnología en sí, sino de la capacidad de aprender, desaprender y reaprender con velocidad, Sentido ético y social Colaboración multidisciplinaria, Un equipo técnicamente brillante pero desconectado del impacto humano no puede liderar el cambio que América Latina necesita por ello LatinAI es un diferenciador tiene un sentido con identidad social y allí donde el liderazgo de Billie y su equipo MIGRATBANK es nuestro conector con la inclusión digital, social y financiera.*

El concepto de "GovTech" y “justicia digital” que promueven desde sus espacios sugiere una nueva era de gobernanza. ¿Qué papel deben jugar las empresas tecnológicas en la promoción de marcos éticos, regulatorios e inclusivos en América Latina?

William “Billie” Aguilar *Tenemos la responsabilidad de proponer soluciones que no solo sean funcionales, sino también justas. Impulsamos el modelo de “justicia digital” desde MigratBank porque creemos que la ética debe estar en el código fuente de cada desarrollo. Las empresas tecnológicas deben participar en la construcción de políticas públicas y en la alfabetización digital masiva. Podemos hacer referencia a México, Colombia y Chile han sentado bases regulatorias sólidas (Ley Fintech, sandboxes, transformación digital del Estado) y desplegado estrategias nacionales e iniciativas de IA que impulsan a casi 1 000 Fintech y proyectan un crecimiento cercano al 20 % anual. Estas políticas fomentan la inclusión financiera, agilizan trámites para pymes y abren espacios controlados para innovar con IA en educación y servicios.*

¿Cuál ha sido el mayor desafío al intentar escalar tecnología con propósito? ¿Qué lecciones les ha dejado su amistad y trabajo conjunto durante estos 9 años en materia de liderazgo colaborativo, resiliencia y visión compartida? ¿Cómo ha influido esa sinergia en los proyectos que hoy lideran?

José Alberto Manzano Rangel *El principal desafío es resistir la tentación de escalar rápido a costa del sentido. En muchas ocasiones se espera que la tecnología tenga un*

retorno inmediato, pero cuando hablamos de propósito, el retorno es profundo, no rápido. Escalar con propósito implica educar a los aliados, formar talento, diseñar desde la diversidad, y eso requiere más tiempo y más convicción. Pero también genera impacto duradero y vínculos sólidos, como los que hoy tenemos con MigratBank, gobiernos y universidades.

William “Billie” Aguilar Pepe *ha sido más que un socio: ha sido un espejo humano. Su visión estratégica ha potenciado mis sueños sociales, y juntos hemos creado una sinergia donde confianza, humildad y escucha han sido la base. Aprendí de él que liderar también es saber ceder.*

José Alberto Manzano Rangel *Con Billie compartimos valores antes que objetivos. Su sentido ético me inspira a ver más allá del negocio. Nuestra amistad ha sido un espacio de reflexión y acción, de equilibrio entre la pasión por transformar y la disciplina para lograrlo. Estos años han sido una escuela de vida. Aprendimos que liderar no es brillar más, sino hacer que otros brillen contigo. Nuestra alianza se ha fortalecido en la crisis, en los desacuerdos y en los momentos donde la visión común fue la única brújula. Hoy somos testimonio de que cuando dos liderazgos se alinean en valores, se pueden escalar montañas, La tecnología nos unió, pero la causa común nos mantiene avanzando.*

Ambos han impulsado soluciones que integran inteligencia artificial, onboarding digital, biometría, blockchain y automatización. ¿Qué impacto real están viendo en el acceso financiero para sectores históricamente excluidos? ¿Tienen alguna métrica, caso concreto o testimonio que evidencie ese cambio?

William “Billie” Aguilar. *Que empiecen con el “por qué”, no con el “cómo”. La tecnología es solo un medio. Definan su causa, conecten con su comunidad, y no sacrifiquen principios por métricas. El liderazgo con propósito es el único que deja huella*

José Alberto Manzano Rangel. *Que nunca subestimen el poder de un equipo comprometido con algo más grande que la rentabilidad. Inviertan en cultura organizacional, escuchen al cliente, y diseñen con compasión. La rentabilidad llega cuando el propósito es claro.*



tufirma.digital

William. *Decidimos aliarnos con TUFIRMA, una empresa chilena creada en 2019, con la que venimos construyendo una gran relación desde los tiempos de la pandemia. Desde*

entonces, se ha mantenido un fuerte lazo de amistad y confianza con su CEO, Javier Hasbum. TuFirma es una plataforma en la nube que facilita la gestión documental y la firma digital, pensada para hacer más simples los acuerdos entre personas, profesionales y empresas. Lo que más nos entusiasma es su enfoque en comunidades que muchas veces quedan fuera, como migrantes y emprendedores.

Lo que hace única a TuFirma es cómo integra tecnologías como la biometría, lo que permite acceder de forma segura, rápida y sin tanto papeleo a servicios financieros. Esto no solo mejora la experiencia, sino que también nos ayuda a construir soluciones que realmente se adaptan a las necesidades locales, de forma inclusiva y escalable, Por todo esto, queremos seguir creciendo juntos y llevar esta alianza a nuevos destinos desde Chile, Colombia y México, siempre con la idea de crear un ecosistema financiero más justo, accesible y pensado para todos.

Riolab 

Otro ejemplo alineado con MIGRATBANK es la co-creación impulsando una economía digital más humana e inclusiva. Por ello como aliado estratégico la empresa chilena RIOLAB como laboratorio digital fundado en año 2004 bajo diálogo y compromiso con su CEO Francisco Arévalo, donde integra tecnología con capital humano para transformar digitalmente organizaciones, donde el diseño, la inclusión social y la sostenibilidad son pilares fundamentales. Su diferencial radica en el desarrollo de soluciones con propósito, hoy canalizadas a través de su plataforma RDx, potenciando el talento local e impulsando una cultura digital colaborativa con impacto real en las comunidades la cual busca replicarse en México y Colombia con la Alianza de MIGRATBANK.

LOTO
PUNTO

Desde antes de fundar Migratbank, hemos forjado una gran amistad y confianza con Víctor Espinosa, hoy CEO de LOTOPUNTO, el proyecto de empresa colombiana Apuestas Mil SAS que consideramos un aliado Fintech de primera.

Imagina acercarte a un kiosco de autoservicio, elegir el país al que quieres enviar dinero, meter tu efectivo o escanear un QR de tu billetera digital y listo, en segundos, tu remesa viaja por la red Stellar. Sus kioscos IoT hacen magia en zonas no bancarizadas, convirtiendo el efectivo en servicios digitales sin complicaciones, Con el respaldo de Techstars, Stellar, MoneyGram e iNNpulsa, y acelerado

por Google Launchpad, Loto Punto también funciona como corresponsal de Grupo Aval y Davivienda, manteniendo más de 12 000 puntos de recaudo en todo el país. Es tecnología de punta y calidez humana, todo en un solo lugar.

William, más allá del liderazgo empresarial, te defines como una persona guiada por la fe, la ética y la familia. ¿Cómo influye esta dimensión personal en tus decisiones como fundador de una fintech con propósito social? ¿Qué legado aspiras dejar desde MigratBank y desde tu rol como embajador global?

Mis decisiones están guiadas por la ética, la fe y el amor por mi familia. Ser padre me ha enseñado a liderar con compasión y visión de largo plazo. Aspiro a dejar un legado que demuestre que sí se puede innovar sin perder el alma. Quiero que MigratBank sea recordada no solo como una Fintech, sino como un puente de dignidad financiera para quienes más lo necesitan.

José Alberto, tu liderazgo ha evolucionado desde grandes corporativos hacia startups con impacto. ¿Qué aprendizajes te ha dejado esa transición sobre cómo gestionar talento, innovación y cultura organizacional al mismo tiempo? ¿Cómo ves el futuro de la transformación digital en las PYMES latinoamericanas desde LatinAI Digital?

Entendí que la agilidad y la conexión emocional con el propósito son ventajas competitivas. En las grandes empresas, todo es jerarquía; en los startups, todo es posibilidad. Hoy, desde LatinAI, veo un futuro donde las PYMES serán protagonistas si logran adoptar tecnologías que respeten su identidad y escalen con sentido. La inteligencia artificial no reemplazará al talento, pero sí potenciará a quienes sepan integrarla con humanidad.

La historia de William Aguilar y José Alberto Manzano Rangel no es solo la de dos líderes con trayectorias destacadas, sino la de una convicción compartida: que la transformación digital más poderosa no nace solo de la tecnología, sino del talento humano que la impulsa con propósito.

A través de MigratBank y LatinAI Digital, han demostrado que es posible innovar sin perder el alma, que se puede avanzar sin desconectarse de lo humano, y que el verdadero progreso ocurre cuando la tecnología se encuentra con la ética, la empatía y la identidad regional. No comparten métricas rimbombantes, pero sí evidencias claras de impacto a través de alianzas, inclusión y diseño con sentido.

En esta edición dedicada a Talento y Tecnología: el punto de intersección en la transformación digital, su visión nos recuerda que ese punto no es un cruce técnico, sino un compromiso profundo con las personas, la justicia y el futuro que queremos construir. Transformar es más que implementar sistemas: es humanizar el cambio. Y en ese camino, ellos ya están dejando huella.

A portrait of Jorge Ramírez Díaz, a middle-aged man with short, dark hair, smiling warmly. He is wearing a white, long-sleeved button-down shirt. His arms are crossed, and he is looking directly at the camera. The background is a soft, out-of-focus light gray.

Jorge
Ramírez Díaz

Managing Director & Partner – Untold

“Ningún algoritmo reemplaza
una conversación significativa”

Más de 25 años uniendo estrategia, datos y humanidad
para transformar la comunicación

En el mundo acelerado de la comunicación, donde las tendencias cambian a la velocidad de un clic, Jorge Ramírez Díaz ha aprendido que lo esencial no se encuentra en la inmediatez, sino en la conexión genuina. Su trayectoria no se define solo por las marcas globales que ha asesorado o los mercados que ha conquistado, sino por una convicción firme: la tecnología es una aliada poderosa, pero es la empatía la que transforma una estrategia en un verdadero vínculo con las personas.

Desde su rol como Managing Director & Partner en Untold, lidera proyectos que combinan creatividad, datos y propósito, siempre con un objetivo claro: generar impacto humano real. En su visión, ningún algoritmo sustituye el valor de una conversación significativa, y la tecnología debe actuar como puente y no como barrera. Esa filosofía ha guiado su trabajo para marcas en sectores tan diversos como salud, consumo y finanzas, integrando herramientas de listening, CRM e inteligencia artificial con un entendimiento profundo de las audiencias.

Su experiencia, marcada por más de 25 años en posiciones clave en empresas de comunicación de alcance global, le ha permitido liderar estrategias para firmas como Mastercard, Uber, Visa, Bayer y Coca-Cola, entre muchas otras. En cada proyecto, Ramírez busca que la creatividad dialogue con la tecnología y, sobre todo, que ambas sirvan para contar historias que resuenen emocionalmente. “Latinoamérica no es un mercado, es un mosaico de identidades”, ha afirmado, destacando que el verdadero reto en la construcción de marcas con propósito está en la traducción cultural, no solo lingüística.

En un entorno donde la automatización redefine procesos y la inmediatez es la norma, apuesta por un liderazgo que privilegia la presencia, la escucha estratégica y el pensamiento crítico. Ha gestionado crisis, acompañado transformaciones digitales y defendido la autenticidad como un activo que se construye en tiempos de calma, para que se mantenga firme en los momentos de presión.

Más allá de los resultados y los premios, lo que distingue su liderazgo es una convicción personal: formar equipos que piensen en grande, que cuestionen y que entiendan que comunicar no es solo decir, sino mover. Para Ramírez, liderar en comunicación es un privilegio y una responsabilidad, una oportunidad para conectar datos con emociones, marcas con personas, y tecnología con humanidad.

Con más de 25 años en el mundo de la comunicación estratégica, ¿cómo ha visto evolucionar la relación entre la tecnología y el talento humano dentro de las organizaciones?

A lo largo de mi carrera, he aprendido que la tecnología no es el enemigo del talento, sino su espejo. Refleja nuestros sesgos, potencia nuestras ideas, pero no reemplaza el criterio.

Liderando equipos en momentos de transformación, me he apoyado en la tecnología como un amplificador, nunca como sustituto. Creo profundamente en la inteligencia aumentada, no en la inteligencia desplazada.

En un entorno que premia la velocidad, sigo apostando por el valor del pensamiento pausado y estratégico. Sobre todo, en un mundo hiperconectado que automatiza todo, lo que más valoro hoy en un equipo es lo que no puede medirse: empatía, visión y la capacidad de generar confianza. Ahí reside el verdadero valor humano.

Usted ha liderado operaciones en múltiples mercados de América Latina y el mercado hispano en EE. UU. ¿Cómo se integran los factores culturales en la construcción de marcas con propósito en un entorno digital?

Latinoamérica no es un mercado, es un mosaico de identidades. Y el consumidor hispano en EE. UU. vive entre códigos cruzados. Construir marcas con propósito en este contexto exige más que traducción: requiere traducción cultural. He aprendido que cuando una marca se toma el tiempo de entender las aspiraciones, los dolores y el orgullo de su audiencia, entonces puede convertirse en algo más: en una voz que acompaña, no solo que vende. Y cuando eso se alinea con un propósito genuino, surge la magia: una marca que no solo se nota, se siente.

En su actual rol en Untold, ¿cómo se conjugan la creatividad, la tecnología y la cercanía humana para generar soluciones efectivas en comunicación?

En el ecosistema Untold partimos de una convicción: ningún algoritmo reemplaza una conversación significativa. Diseñamos estrategias donde la creatividad se potencia con datos y la tecnología se convierte en puente, no en barrera. En un proyecto reciente, integramos listening, CRM e IA para construir mensajes hiperpersonalizados para pacientes en tratamientos crónicos, y fue la empatía de los equipos lo que nos permitió diseñar mensajes que acompañan, no que imponen.

Lo que hacemos no es solo comunicar: ayudamos a las marcas a resonar. Porque al final, lo que mueve a las personas no son los algoritmos, son las historias que las ven. El resultado no fue solo eficiencia: fue gratitud, conexión y mejora en la adherencia terapéutica. Eso es impacto real.

¿Qué habilidades considera esenciales hoy para los líderes de comunicación frente a los desafíos que plantea la automatización y el cambio constante?

El liderazgo hoy exige algo más que experiencia: exige presencia. Creo en liderar desde la pregunta, no desde la certeza. Me parece fundamental desarrollar habilidades de escucha estratégica, pensamiento crítico y lectura contextual, además de sostener el coraje de decir “esto no va” cuando algo compromete el propósito o la verdad de una marca.

En mi experiencia, los equipos no necesitan jefes que lo sepan todo, sino referentes que los reten, los respalden y les enseñen a pensar. Liderar en esta industria es navegar paradojas, y eso se hace con criterio... y con empatía.

A lo largo de su trayectoria, ha gestionado crisis, reputación y transformación digital. ¿Cómo logra una empresa mantener su autenticidad y valores en momentos de alta presión tecnológica o mediática?

La autenticidad no se improvisa en la tormenta, se construye en los días tranquilos. En mi experiencia, las empresas que invierten en cultura interna, escucha activa y claridad de propósito son las que responden con coherencia cuando todo tiembla. He vivido crisis donde el mayor activo no fue el statement público, sino el respaldo de colaboradores que sabían que la marca no estaba actuando para salvar su imagen, sino para honrar sus valores.

Usted ha trabajado con marcas globales en sectores diversos como salud, finanzas y consumo. ¿Qué aprendizajes clave ha obtenido sobre cómo conectar emocionalmente con audiencias en entornos hiperconectados?

Conectar hoy no es cuestión de volumen, sino de sintonía. En salud aprendí que un mensaje empático puede cambiar la percepción de todo un tratamiento. En consumo, entendí que las marcas que inspiran son las que se ganan el derecho de acompañarte en tu rutina diaria. La hiperconexión no ha hecho más fácil conectar, ha elevado el estándar.

Las personas no buscan marcas perfectas, buscan marcas que las entiendan. Y eso solo se logra escuchando de verdad, no solo midiendo interacciones.

¿Podría compartir un caso reciente donde la tecnología, al servicio de la comunicación, haya permitido generar un impacto humano significativo?



Durante la pandemia, acompañamos a una compañía farmacéutica global en un momento de enorme presión e incertidumbre. Rediseñamos su estrategia de comunicación para pacientes con enfermedades crónicas, integrando tecnología para segmentar contenidos no solo por perfil clínico, sino también por estado emocional y etapa del tratamiento. Fue una apuesta decidida por humanizar la experiencia digital.

El resultado fue mucho más que eficiencia: fue cercanía. Pacientes que se sentían aislados encontraron mensajes que les hablaban con empatía y claridad. Uno de ellos nos escribió: “Gracias por pensar en cómo me siento, no solo en lo que tengo”. Ese mensaje lo cambió todo para mí. Me recordó que la tecnología, cuando se conecta con la sensibilidad humana, deja de ser una herramienta y se convierte en un puente: entre marcas y personas, entre datos y emociones, y sobre todo, entre lo que se puede hacer y lo que realmente importa.



En ese proyecto entendí que el verdadero impacto no está en la escala, sino en el significado. Porque cuando la comunicación se diseña desde la compasión, incluso un mensaje automatizado puede sentirse profundamente humano.

Desde una perspectiva personal, ¿qué lo motiva hoy a seguir liderando y construyendo equipos en un sector tan dinámico como el de la comunicación?

Después de más de 25 años en esta industria, uno podría pensar que ya ha visto todo. Pero lo cierto es que los desafíos cambian, los contextos se redefinen y las personas siempre sorprenden. Lo que me motiva hoy es justamente eso: seguir descubriendo el poder transformador de una idea bien contada, de una conversación honesta y de un equipo alineado por convicción y no solo por función.

Lidero porque creo en el potencial de las personas cuando se sienten vistas, desafiadas y acompañadas.

Sé lo que significa empezar de nuevo, adaptarte a otra cultura, reconstruir tu identidad profesional desde cero y convertir los tropiezos en aprendizajes. Esa experiencia personal no solo me hizo más resiliente, también me hizo más consciente del tipo de liderazgo que quiero ejercer: uno que habilita, que inspira y que construye con otros.

Me entusiasma formar equipos que no solo ejecutan bien, sino que cuestionan, que piensan en grande y que entienden que comunicar no es solo decir, es mover.

Hoy, más que nunca, creo que la comunicación es una fuerza estratégica capaz de cambiar realidades. Y liderar en este sector no es solo un rol: es un privilegio que asumo con responsabilidad y con hambre de seguir aprendiendo. Porque cuando uno lidera con propósito, la motivación no se agota: se renueva.



Diego Ledesma

Consultor en transformación
organizacional y liderazgo digital

“La IA no reemplaza la sensibilidad
humana, la amplifica”

Su mirada integra IA, cultura
organizacional y liderazgo emocional para
transformar empresas desde adentro

Diego Ledesma se ha convertido en uno de los referentes latinoamericanos más influyentes en transformación humana y digital. Con más de 17 años de trayectoria en el mundo corporativo, y una reinención profesional que lo llevó de liderar el área IT de un banco a fundar su propia consultora, Humanagement, Ledesma entiende que el verdadero cambio organizacional ocurre cuando tecnología y cultura avanzan juntas hacia un propósito compartido.

Desde Argentina, y con presencia en toda la región, acompaña a líderes y empresas en la construcción de culturas organizacionales resilientes, inclusivas y empáticas. Para Ledesma, la inteligencia artificial no reemplaza la sensibilidad humana, sino que la amplifica, permitiendo detectar señales emocionales, anticipar necesidades y diseñar experiencias de trabajo más saludables. Esta visión cobra vida en cada una de sus intervenciones, donde combina métricas de desempeño con mapas de conciencia, análisis organizacional con conversaciones profundas.

El fundador de Humanagement es un defensor de que no hay transformación digital sin transformación cultural. Su enfoque se basa en un modelo que pone primero la mentalidad, luego las personas, después los procesos y por último la tecnología. “Las grandes transformaciones no comienzan preguntando qué hacer, sino quiénes debemos ser para lograrlo”, afirma. Ha desarrollado metodologías que integran liderazgo adaptativo, bienestar emocional, automatización y marca personal, convirtiendo a cada líder en un catalizador del cambio desde su metro cuadrado organizacional.

Reconocido por su comunidad de más de 400.000 seguidores en LinkedIn e Instagram, Ledesma ha acompañado a compañías de sectores como energía, salud, tecnología, retail y servicios financieros. Su experiencia como embajador de Uber for Business en Argentina también ha demostrado cómo alinear cultura interna con experiencia del cliente puede generar ventajas competitivas reales.

Hoy, en plena era de la automatización, Ledesma promueve un liderazgo consciente, donde lo emocional y lo estratégico no compiten, sino que coexisten como base para equipos más ágiles, resilientes y conectados con su propósito. Su historia personal, marcada por un despido que lo transformó, da aún más fuerza a su misión: crear entornos donde las personas no tengan que sufrir para crecer.

Desde su experiencia en tecnología y gestión del capital humano, ¿cómo visualiza usted la convergencia entre inteligencia artificial y bienestar organizacional en los procesos de transformación digital?

Vivimos en un momento híbrido, especialmente en el ámbito organizacional, donde coexisten emociones

de inteligencia artificial, lo presencial y lo remoto, en un contexto “phygital”. Esta convergencia entre IA y bienestar organizacional se ha convertido en un eje estratégico para lograr transformaciones digitales verdaderamente sostenibles y humanas.

La palabra “convergencia” proviene del latín con (juntos) y vergencia (dirigirse hacia), lo cual nos recuerda que avanzar con la tecnología requiere claridad de propósito y dirección. Hoy, las organizaciones están compuestas por múltiples generaciones: unas nacidas en la era digital, otras provenientes del mundo analógico. Esto genera diversidad de modelos mentales y patrones de pensamiento que hacen indispensable integrar la IA desde un enfoque inclusivo, humano y estratégico.

Cuando se aplica con ética, la IA puede anticipar necesidades, reducir tareas mecánicas, detectar señales tempranas de burnout o desconexión emocional, y liberar tiempo para conversaciones de valor. En una empresa de salud, por ejemplo, automatizamos la conciliación de facturas, lo que permitió a los equipos enfocarse en sesiones de coaching y desarrollo emocional. El impacto fue doble: mayor eficiencia operativa y fortalecimiento de vínculos.

La verdadera transformación digital no se trata de implementar tecnología, sino de rediseñar el sistema conversacional dentro de las organizaciones. Desde mi enfoque, propongo integrar IA con lo que llamo IC: inteligencia conversacional. Así, las organizaciones pueden generar entornos saludables, sostenibles y resilientes.

El objetivo es construir culturas que no solo toleren el cambio, sino que lo lideren con conciencia.

Usted ha mencionado que no hay transformación digital sin transformación cultural. ¿Cuáles considera que son los primeros pasos clave para iniciar una transformación cultural real en las organizaciones?

La transformación cultural es el cimiento para cualquier cambio tecnológico sostenible. No se trata solo de definir acciones, sino de redescubrir la identidad organizacional desde la pregunta “¿quiénes queremos ser?”

El primer paso es crear espacios diseñados para conversaciones difíciles, aquellas que hacen posible transformar lo complejo en lo accesible. Esto incluye prácticas como encuestas de clima, reuniones breves semanales para compartir emociones, o dinámicas de pulse check. En una institución financiera con la que trabajamos, la implementación de una “lluvia de emociones” semanal generó un cambio radical en la

percepción del liderazgo y aumentó la confianza entre los equipos.

Otro paso fundamental es revisar los rituales simbólicos: pasar de jerarquías verticales a redes horizontales. En una empresa tecnológica, sustituimos comités tradicionales por “círculos de decisión”, donde todos los miembros del equipo tienen voz. Esta redarquía impulsó la innovación y la inclusión.

Para que sea efectiva, la transformación debe seguir este orden estratégico:

- **Mentalidad:** ¿Para qué?
- **Personas:** ¿Con quién?
- **Procesos:** ¿Cómo?
- **Tecnología:** ¿Con qué?

Este enfoque evita uno de los errores más frecuentes que observo en organizaciones latinoamericanas: empezar por la tecnología. También es clave alinear los sistemas de reconocimiento con los nuevos comportamientos esperados. En una empresa de retail, rediseñamos los criterios de evaluación para incluir colaboración, aprendizaje continuo y adaptabilidad. Las grandes transformaciones se construyen en los pequeños actos del día a día.

Según estudios recientes, más del 60% de los líderes consideran que la falta de habilidades digitales es una barrera. ¿Qué estrategias propone usted desde el liderazgo?

La brecha digital no es solo técnica; es fundamentalmente emocional. Muchas personas no rechazan la tecnología por falta de capacidad, sino por miedo al error, temor al juicio o desmotivación. Esa es la verdadera barrera.

Una estrategia efectiva es desarrollar una cultura de aprendizaje continuo que integre formación técnica y emocional. Por ejemplo, en una empresa de servicios profesionales, creamos una “Digital Learning Week” mensual, con talleres breves sobre herramientas digitales, automatización y pensamiento ágil. Los colaboradores que ya dominaban ciertos temas se ofrecieron como mentores internos, construyendo una red de conocimiento entre pares.

También promovemos identificar “embajadores digitales” dentro de los equipos: personas que lideran la adopción tecnológica desde lo cotidiano. Este enfoque descentralizado ha demostrado ser eficaz para reducir la resistencia.

Y no menos importante es el liderazgo ejemplar. Cuando los CEOs participan en programas de transformación digital junto con sus equipos — como ocurrió en una empresa industrial con la que colaboramos— se genera una fuerte alineación

cultural. Las competencias emocionales deben acompañar al desarrollo técnico para que el aprendizaje se traduzca en resultados sostenibles.

En su rol como embajador de Uber for Business en Argentina, ¿puede compartir un ejemplo de cómo han alineado cultura organizacional y experiencia del cliente a través de la tecnología?

Uno de los proyectos más significativos fue con una empresa farmacéutica durante la pandemia. Tenían el reto de garantizar el traslado seguro y eficiente de su personal esencial. Con Uber for Business diseñamos una solución que automatizaba la gestión de viajes corporativos, reducía riesgos operativos y cuidaba a los colaboradores.

El verdadero valor estuvo en cómo se comunicó esta acción internamente. Creamos una campaña llamada “Cuidarte es parte de nuestro trabajo”, que conectó la iniciativa con la cultura de la organización. Esa narrativa elevó el sentido de pertenencia y expandió la satisfacción interna.

Siempre digo que si queremos que los clientes amen la marca, primero los colaboradores deben amar lo que hacen. Cuando la experiencia interna y externa están alineadas, se genera un círculo virtuoso de confianza y diferenciación competitiva.

Diversos reportes indican que el 70% de las iniciativas de transformación fracasan por no considerar el componente humano. ¿Qué elementos son esenciales para evitar este desenlace?

El componente humano es el factor determinante en cualquier transformación. Muchas veces, los líderes exigen que los equipos “se pongan la camiseta”, pero no se colocan ellos primero en sus zapatos. Así, el fracaso está garantizado.

El primer paso es la gestión empática del cambio. Antes de implementar tecnología, es fundamental conversar sobre los “porqués” y “para qué”. En una empresa de logística, por ejemplo, realizamos talleres de escucha antes de implementar un sistema ERP, lo que permitió ajustar el enfoque y reducir la resistencia.

La formación continua es otro pilar. En una organización energética, diseñamos rutas de aprendizaje personalizadas según el rol y el nivel de exposición al cambio. Esto permitió una adopción más fluida y emocionalmente sostenida.

El liderazgo visible es crucial. Cuando los líderes comunican con transparencia y se muestran disponibles, el compromiso se fortalece. Además, medir el impacto humano del cambio —a través de

encuestas de pulso y análisis de redes— permite ajustar la estrategia en tiempo real.

La transformación no se impone; se construye con las personas.

¿Qué papel juegan las competencias emocionales en el liderazgo de equipos ágiles y resilientes?

Las emociones son la base de todas las competencias. En entornos ágiles y complejos, la inteligencia emocional permite sostener la motivación, gestionar el conflicto y generar seguridad psicológica.

En un proceso de coaching con un equipo de desarrollo en telecomunicaciones, el líder —con gran formación técnica pero baja preparación emocional— enfrentaba alta rotación. A través del fortalecimiento de su inteligencia emocional, mejoró el feedback, gestionó conflictos y logró mayor cohesión. En seis meses, el equipo duplicó su productividad y redujo significativamente la rotación.

La verdadera agilidad no se trata de moverse rápido, sino de avanzar con sentido. Liderar desde la empatía y la autenticidad permite crear culturas adaptativas, donde los errores no se castigan, sino que se transforman en aprendizaje.

En un mundo automatizado, ¿qué estrategias recomienda para acompañar a los líderes en la gestión del cambio y del talento?

Estamos en la era de la automatización y la emoción. Para acompañar a los líderes, propongo tres ejes:

Liderazgo adaptativo: con herramientas que combinan coaching, inteligencia emocional y tecnologías emergentes. En agroindustria, diseñamos un programa integral para preparar a los líderes ante la disrupción.

Laboratorios de innovación: espacios donde los líderes puedan experimentar metodologías ágiles y nuevos modelos de trabajo en un entorno seguro.

People analytics: para mapear capacidades internas y anticipar necesidades de reskilling, facilitando decisiones estratégicas sobre movilidad y desarrollo.

El acompañamiento debe ser constante. Transformar no es un evento, sino un proceso con presencia, feedback y mentoring.

Su enfoque integra lo emocional con lo estratégico. ¿Cómo mantiene ese equilibrio al acompañar a CEOs y equipos de alto rendimiento?

Todo empieza con una pregunta: “¿Cómo quiere ser recordado en 10 años?”. Desde allí se construye una hoja de ruta que combina resultados con propósito.

Aplico una metodología que equilibra planeación estratégica y desarrollo humano. Diagnósticos organizacionales se combinan con sesiones profundas de reflexión emocional. También incorporamos dinámicas de mindfulness, propósito personal y escucha empática.

Fomento una cultura donde el feedback sea una práctica continua. La emocionalidad no se deja fuera: se integra al proceso de toma de decisiones. Cuando un líder conecta con su humanidad, sus decisiones son más sabias y su equipo más comprometido.

¿Qué lecciones ha aprendido acompañando procesos de transformación en diferentes industrias?

He aprendido que no hay transformación sin coherencia. Las empresas que avanzan son las que alinean discurso, decisiones y comportamientos.

Otra lección es que el ritmo del cambio debe ser humano. En una empresa tecnológica, reducir la velocidad permitió recuperar talento y compromiso.

También descubrí el valor de la co-creación: cuando se involucra al equipo en el rediseño de procesos, se fortalece el sentido de pertenencia.

Finalmente, aprendí que el camino hacia los resultados es el camino de las relaciones. La transformación es desapegarse de lo que ya no sirve, para abrazar lo que viene con apertura y conciencia.

A nivel personal, ¿qué le motiva a seguir impulsando culturas organizacionales centradas en las personas?

Mi historia personal es mi mayor motor. A los 35 años, siendo gerente de IT, fui desplazado por motivos políticos. Lo que al principio fue un quiebre, se convirtió en mi plataforma de reinversión.

Hoy acompaño a líderes para que sus colaboradores no vivan esas experiencias. Mi propósito es crear entornos donde la tecnología sirva a las personas, no al revés.

Cada vez que un líder recupera su propósito, un equipo se reencuentra, o un colaborador se siente valorado, siento que algo cambia en el mundo. Transformar organizaciones es también transformar la vida de quienes las integran.

A photograph of Juliana Matiz, a woman with long dark hair, smiling and holding a silver award. She is wearing a dark blue button-down shirt. The background is a light-colored wall with a large, stylized logo of a bird with spread wings. Below the logo, the words "SUPER ALISADO" and "BY JULIANA MATIZ" are visible in a large, bold, sans-serif font.

Juliana Matiz: la empresaria latina detrás de Super Alisados, conquista la industria capilar en Miami.

Fundadora de Súper Alisados, madre, periodista y empresaria, Juliana Matiz ha logrado posicionar una marca nacida en Colombia como un referente de innovación capilar y propósito transformador, ahora en plena expansión internacional.

Con tan solo 30 años, Juliana Matiz está construyendo mucho más que una marca de belleza: está liderando una visión. Una visión que nace de lo personal, se fortalece con estrategia empresarial y se sostiene sobre un propósito profundamente humano: brindar soluciones capilares efectivas, seguras y accesibles, mientras acompaña a miles de mujeres reales en sus procesos de bienestar y confianza.

Lo que comenzó como una necesidad propia — recuperar el control sobre su cabello sin comprometer su salud— se convirtió en la semilla de un negocio con identidad, ética y proyección global: Súper Alisados by Juliana Matiz, una firma que hoy cuenta con presencia en varias ciudades de Colombia y dos sedes en Estados Unidos.

De la experiencia personal a la construcción de un modelo exitoso

Juliana, comunicadora social de profesión, vivió en carne propia las limitaciones de los tratamientos capilares tradicionales: fórmulas agresivas, resultados inconsistentes y una industria que no contemplaba la diversidad de necesidades de las mujeres. Esa vivencia la impulsó a investigar, capacitarse y tomar decisiones valientes: viajó a Brasil, adquirió los primeros litros de producto y, desde su casa en Bogotá, lanzó el primer prototipo de lo que hoy es una marca consolidada.

A través de redes sociales y estrategias orgánicas, creó una comunidad cercana y activa. Su primer lanzamiento, el kit “Liso en Casa”, fue una respuesta innovadora a la realidad de miles de mujeres durante la pandemia: soluciones efectivas, seguras y accesibles, sin necesidad de acudir al salón. El éxito fue inmediato y marcó el inicio de una expansión sostenida.

Una marca con identidad, propósito y resultados que transforman

Más que una línea de cuidado capilar, Súper Alisados se ha convertido en una experiencia de transformación personal. Cada tratamiento no solo busca alisar o revitalizar el cabello, sino acompañar a la mujer en un proceso más profundo: el de recuperar su confianza, sentirse cómoda con su imagen y reconectar con su fuerza interior. La marca ha sabido interpretar los momentos de vida de sus clientas



—ya sea maternidad, recuperación, transición o reinención— y ofrecer soluciones que van más allá de lo estético.

Entre sus fórmulas más reconocidas se encuentran Extracto de Perla, ideal para lograr brillo, suavidad y textura sedosa, y Secretos del Mar, una propuesta inspirada en ingredientes marinos que revitalizan el cabello desde la raíz. Son productos diseñados no solo para transformar el cabello, sino para elevar la experiencia de autocuidado con propósito y sofisticación.

El equilibrio entre liderazgo y maternidad

Más allá del éxito empresarial, Juliana representa una nueva generación de mujeres líderes que

abrazan la complejidad de sus roles. Mientras construía su empresa, también enfrentaba desafíos personales: maternidad, gestión de equipos, problemas de salud y momentos de alta presión. Su trayectoria habla de resiliencia, visión estratégica y determinación.

A los 27 años, logró pensionar a sus padres con su trabajo. Y lo más importante: convirtió el cuidado del cabello en una experiencia emocionalmente significativa, tanto para su familia como para su comunidad de clientas.

Una visión que trasciende el negocio

Súper Alisados no es solo una marca comercial. Es una plataforma de transformación. Desde sus centros, Juliana impulsa campañas de donación de cabello, colabora con asociaciones de mujeres con cáncer y promueve espacios de formación para estilistas que desean emprender con responsabilidad.

Su visión parte del entendimiento profundo de lo que significa bienestar en la vida real: respeto por el cuerpo, conocimiento del producto y empatía con la experiencia de cada mujer.

Juliana Matiz es hoy una de las empresarias más prometedoras del ecosistema de belleza consciente en Latinoamérica. Su historia no solo inspira, también marca una hoja de ruta clara: sí es posible emprender con propósito, crecer con estrategia y construir marcas que importan.

Por Jennifer Matute
 @www.miamipr.io



¿QUÉ ES WEF?



PRESENCIAL
11.SEP.2025
CUENCA

El Women Economic Forum nace en la India como uno de los foros más importantes a nivel mundial.

El liderazgo colaborativo es esencial para la sociedad: fortalecerlo es cambiar vidas. **¡Y ahora en Cuenca!**

Propósito, sinergia y **expansión**


88
speakers
8 best sellers



Alcance 14 países

Líderes que comparten sus experiencias y estrategias



Networking

Conecta con aliados claves para impulsar tu carrera y negocio



9 horas
de conferencias y talleres



Tendencias

Acceso a información en: negocios, emprendimiento y transformación


+600
Asistentes presenciales



Tecnológico de Monterrey - México
Global Innovation Management Institute - EEUU
Parlamento Andino



Mentorías

Acceso exclusivo con expertos internacionales del ecosistema WEF Ecuador

20 becas

Certificación como profesional en innovación

8 carreras

Técnicas y oportunidades laborales, gestión de visa
*pasajes aéreos - Alemania

INSCRIBETE YA

Auspicia

Coopera

Colaboran

Avalan



Media Partners



Impulsan:



www.wefecuador.com



DISRUPCIÓN DIGITAL CON IA

CUANDO CAPITAL HUMANO, CULTURA, TECNOLOGÍA, ESTRATEGIA Y LIDERAZGO CONVERGEN, LA IA DEJA DE SER UN EXPERIMENTO Y SE CONVIERTE EN MOTOR DE DISRUPCIÓN DIGITAL.

Andrés Silva Arancibia

Divulgador tecnológico. Fundador de Flumarketing.com. Senior Partnership Advisor en Falcondale empresa desarrolladora de algoritmos cuánticos. Contributor to the International Astronomical Search Collaboration (IASC), partner oficial de la NASA. Profesor visitante en Universidad Complutense de Madrid, España. Estratega digital, Autor y Consultor.

¿Puede una organización rediseñar radicalmente su propuesta de valor —y su posición competitiva— colocando la inteligencia artificial (IA) en el núcleo de su modelo de negocio? La pregunta no es meramente retórica: hoy la velocidad de cambio tecnológico amenaza con dejar atrás a quienes no sepan convertir la IA en ventaja diferenciadora. Para responderla es preciso desmenuzar cinco vectores críticos —capital humano, cultura centrada en el cliente, avances tecnológicos exponenciales, estrategia y liderazgo— cuya orquestación define el éxito o el fracaso de cualquier iniciativa de disrupción digital.

Capital humano: talento aumentado, no desplazado

La automatización inteligente eliminará tareas, pero creará más funciones de las que destruye: el Future of Jobs Report 2025 del World Economic Forum de enero de 2025, se estimó en 170 millones los nuevos puestos de trabajo para este decenio y un giro acelerado hacia perfiles de ciencia de datos, IA, ética algorítmica y gestión del cambio. Mientras que, 92 millones de puestos de trabajo se verán desplazados por estas mismas tendencias tecnológicas de automatización inteligente. Esto significa que habrá un aumento neto del empleo de 78 millones de puestos. El imperativo es re-qualificar a la plantilla mediante programas aprendizaje continuo que combinen mejora de las competencias técnicas y reciclaje profesional de habilidades blandas (pensamiento crítico y colaboración hombre-máquina).

Cultura organizacional centrada en el cliente

La IA sólo aporta valor sostenido si se ancla en la experiencia del usuario. De acuerdo con la encuesta ejecutiva sobre liderazgo en IA y datos 2025 publicada en HBR el 2 de enero de 2025, en 2024, directivos de 18 sectores coincidieron en que la mayor barrera a la monetización de la IA no es la tecnología, sino la falta de datos confiables y de rituales culturales que coloquen la voz del cliente en cada desarrollo de un producto. Solo el 32,5 % de las compañías Fortune 1000 afirma haber desarrollado una cultura de IA y datos. El auge de la IA generativa ha disparado la inversión en calidad de datos precisamente porque ejecutivos comprenden que “mejor IA” significa “mejor servicio” y, por extensión, mayor lealtad del cliente.

Tecnología exponencial: navegar la curva en lugar de perseguirla

Según la Encuesta Global de McKinsey sobre IA de principios de 2024, el 65 % de las compañías ya emplea IA generativa con regularidad, casi el doble que diez meses atrás; además, el 15 % ha integrado la tecnología en al menos cuatro o más funciones de negocio. El resultado es un ciclo de innovación cada vez más breve: casos de uso que pasaban del laboratorio a producción en 24 meses ahora lo hacen en menos de seis. Las organizaciones necesitan arquitecturas tecnológicas modulares, gobernadas por APIs y plataformas de datos unificadas, para absorber sin fricción la siguiente ola (agentes autónomos, IA multimodal persistentemente conectada, etc.).

Estrategia: de los experimentos al valor escalable

Gartner prevé que para 2028, el 33 % de las aplicaciones de software empresarial incluirán agentes de IA, lo que permitirá que el 15 % de las decisiones laborales diarias se tomen de forma autónoma. Si un tercio del software



corporativo albergará agentes capaces de decidir el 15 % de las tareas, las empresas deberán rediseñar procesos, roles y métricas. La estrategia debe priorizar gobernanza algorítmica, datos confiables, re-capacitación del talento y plataformas que integren agentes de IA, para traducir algoritmos en resultados financieros tangibles. Quien anticipe estos cambios obtendrá agilidad competitiva, costos menores y experiencias hiperpersonalizadas y resiliencia operacional sostenida.

Liderazgo y gobierno ético

Un estudio global de 2024 de Harvard Business Publishing sobre desarrollo de liderazgo, indica que 70% de las empresas exige a sus directivos dominen una gama más amplia de comportamientos de liderazgo efectivos para satisfacer las necesidades comerciales actuales y futuras. Los líderes que inspiran confianza combinan una visión audaz con salvaguardas

éticas: marcos de “IA responsable”, auditorías de sesgo y transparencia explicativa. Esta gobernanza, más que un requisito regulatorio, se convierte en ventaja competitiva al fortalecer la reputación y reducir costes futuros de litigio o rectificación tecnológica.

Volvamos, entonces, a la pregunta inicial

¿Puede una organización rediseñar radicalmente su propuesta de valor —y su posición competitiva— colocando la inteligencia artificial (IA) en el núcleo de su modelo de negocio? Sí, pero solo si articula al unísono los cinco vectores descritos. El capital humano debe estar preparado para trabajar con máquinas cada vez más autónomas; la cultura debe girar en torno a un cliente cuyo estándar de experiencia evoluciona minuto a minuto; la organización ha de surfear — no perseguir — la curva exponencial de la tecnología; la estrategia ha de traducir algoritmos en resultados financieros tangibles; y el liderazgo debe asegurar que la ambición innovadora centrada en el cliente se funda con principios éticos sólidos. Cuando estos elementos convergen, la IA deja de ser un experimento y se convierte en motor de disrupción digital auténtica y sostenida.



GESTIÓN ÓPTIMA DEL CAPITAL HUMANO PARA IMPULSAR LA TRANSFORMACIÓN CORPORATIVA

Alvaro "Cuco" de Venegas

International Change Guide
| Business & People Transformation

in <https://linkedin.com/in/cucodevenegas>

Una gestión efectiva implica identificar las habilidades y competencias necesarias para el éxito del Plan de Negocios de una unidad de negocios, de una PYME, de una Administración Estatal o de una gran corporación, primero debemos empezar por nosotros, desde dentro, para luego reclutar y cultivar al resto del equipo

Implica brindar oportunidades de desarrollo, crecimiento y lo que para los trabajadores es estabilidad, para nuestra perspectiva, retención. A través de estrategias y prácticas sólidas de gestión de personas, las instituciones pueden impulsar y asegurar su transformación, garantizando su preparación para los desafíos del futuro

Estamos continuamente enfrentándonos a nuevos retos en el mercado, nuevas necesidades no cubiertas demandadas por nuestros clientes, adaptando nuestra forma de gestionar el talento alterando incluso la rotación natural y definitivamente, buscando fórmulas que nos permitan evolucionar y crecer en una era de cambios constantes. Estar preparados no viene de la mano necesariamente de la tecnología, ni siquiera de los presupuestos, sino que, aunque parezca obvio, de la actitud de los equipos al interior, y la visión que se tenga del futuro organizacional

La motivación, sin incentivo, no existe. La proactividad, sin incentivo, se pierde. Es tal vez el error más recurrente en cualquier tipo de equipos, el no canalizar ni gestionar las capacidades, las expectativas, la visión de futuro y la resistencia al cambio provenientes del capital humano para impulsar la transformación corporativa

Identificar y desarrollar habilidades necesarias para enfrentar los retos del entorno cambiante, como las competencias propias del cargo o las añadidas a través de programas de capacitación internos, algunas habilidades blandas como la resiliencia, la creatividad o la capacidad de trabajar en equipo, son fundamentales en lo individual y en especial en lo colectivo, para no tener dificultades a la hora de implementar cambios significativos y sostenibles en su estructura y procesos

Otro factor fundamental es el "abuso de las teorías". Nuestros equipos tienen que ver, entender y ojalá formar parte de ejemplos concretos, empíricos, con métricas y a ser posible en empresas reconocibles por quienes pretendemos que apliquen cambios a su día a día. Algunas modificaciones van mucho más allá de la tecnología (como hemos anticipado), como lo es el empoderamiento, el liderazgo, el acompañamiento, la demostración mediante el ejemplo, la asignación de recursos y, tal vez la más invisibilizada de todas, el alejamiento del efecto "moda" o la temporalidad del cambio: hablemos de evolución y de transformación, hablemos de gestión del cambio, pero optimizado



CAPITAL HUMANO EN LA ERA DIGITAL: LIDERAR, TRANSFORMAR Y HUMANIZAR EL FUTURO DEL TRABAJO

Amarilis Gonzalez

Coach y estratega

En los últimos años, la forma en que trabajamos, lideramos y nos desarrollamos profesionalmente ha cambiado de manera irreversible. Ya no basta con adaptarse al cambio; hoy, el verdadero reto es anticiparlo, liderarlo y humanizarlo. La velocidad y profundidad de las transformaciones tecnológicas han impactado no solo en los procesos, sino en la manera en que las personas se relacionan con su trabajo y con las organizaciones.

La tecnología ha transformado procesos, modelos de negocio y canales de comunicación, pero también ha desafiado una de las bases más sensibles de toda organización: su capital humano. En esta era digital, entender el valor de las personas y su capacidad para reinventarse no es solo una ventaja competitiva; es una necesidad estratégica que define la supervivencia y el éxito de las empresas en mercados cada vez más dinámicos e impredecibles.

El talento ya no es local... es global, remoto y dinámico

Vivimos en un mundo donde la inteligencia artificial convive con la intuición humana, donde la automatización coexiste con la empatía, y donde las oportunidades laborales ya no tienen fronteras físicas.

Las organizaciones que prosperan hoy, no son las que más invierten en tecnología, sino las que reconocen que el talento necesita nuevas formas de ser descubierto, desarrollado y conectado. En este contexto, el capital humano ya no se gestiona: se potencia, se acompaña y se visibiliza mediante estrategias centradas en la experiencia de los colaboradores y la flexibilidad laboral.

Esta transformación implica también nuevas formas de trabajo, que combinan lo presencial y lo remoto, lo individual y lo colaborativo, lo técnico y lo emocional. Adaptarse a este entorno híbrido requiere que las organizaciones y sus líderes estén atentos a las necesidades cambiantes de sus equipos, promoviendo una cultura de confianza y bienestar que favorezca el compromiso y la innovación.

Los líderes del futuro no solo dirigen... desarrollan personas

Como líderes, necesitamos cambiar la pregunta de: **¿cómo desarrollo entornos donde las personas puedan crecer, aportar y transformar el negocio junto a nosotros?** Esto implica invertir no solo en herramientas digitales, sino también en modelos de liderazgo más humanos, colaborativos y conscientes. El liderazgo actual exige habilidades como la escucha activa, la gestión del cambio, la inteligencia emocional y la visión sistémica. Porque en un mundo de incertidumbre, la estabilidad la ofrece el líder... no la tecnología.

El líder del futuro es un facilitador de conexiones auténticas, un impulsor del aprendizaje continuo y un promotor del

equilibrio entre la productividad y el bienestar. Su rol es fundamental para crear espacios donde la diversidad de talentos se valore y potencie, reconociendo que la innovación nace de la colaboración y la inclusión.

Reinventarse profesionalmente: una responsabilidad compartida

Desde el lado individual, la era digital también ha cambiado las reglas. Ya no basta con tener un título o una experiencia sólida: hoy se necesita ser visible, relevante y adaptable. El talento necesita entender cómo presentarse en este nuevo entorno. Optimizar un CV, actualizar el perfil de LinkedIn, saber usar palabras clave que los reclutadores buscan o posicionarse para oportunidades remotas no es solo marketing personal: es parte del nuevo lenguaje profesional.

Reinvención, empleabilidad y marca personal se han convertido en pilares del desarrollo profesional. Y este proceso requiere guía, claridad y estrategia. La formación continua, la adquisición de nuevas habilidades digitales y la capacidad de aprendizaje autónomo son factores decisivos para mantenerse vigente en mercados laborales altamente competitivos y en constante evolución.

¿Qué define al capital humano en esta nueva era?

Lo resumiría en tres palabras: conciencia, conectividad y contribución.

- Conciencia, para entender nuestras fortalezas, limitaciones y propósito profesional.
- Conectividad, para formar parte de redes de valor que trascienden geografías y jerarquías.
- Contribución, porque el trabajo no se trata solo de productividad, sino de impacto positivo en la organización y la sociedad.

Un nuevo rol para RR.HH. y los líderes empresariales

Si queremos organizaciones sostenibles, no basta con digitalizar procesos. Tenemos que digitalizar con sentido humano, y esto empieza por rediseñar cómo atraemos, desarrollamos y acompañamos al talento.

Los departamentos de recursos humanos y los directivos están llamados a convertirse en arquitectos de experiencias laborales transformadoras, donde el aprendizaje continuo, la inclusión, la movilidad interna y la salud mental sean parte del ecosistema natural. La gestión del capital humano debe ser integral, alineada con los valores organizacionales y sensible a las necesidades individuales.

Conclusión:

El futuro del trabajo no es tecnológico, es humano

- La digitalización ha llegado para quedarse, pero la ventaja real está en las personas. En quienes se atreven a crecer, a cambiar, a liderar con conciencia.
- Como consultor y observador del capital humano a nivel global, lo veo cada día: las empresas que invierten en las personas hoy, serán las que lideren el mañana.
- En definitiva, la transformación comienza por saber quién eres, cómo te presentas y cómo eliges evolucionar en un mundo en constante cambio.



INCREMENTANDO LA EFICIENCIA OPERATIVA EN EL RETAIL LATINOAMERICANO

Gonzalo Zermeno Terrazas

Business Development Manager
Retail Digital Platform Solutions & Services

🌐 Gonzalo.Zermeno@ncrvoyix.com | ncrvoyix.com

La digitalización en la industria detallista o del retail no es un concepto nuevo, pero su imperatividad se ha magnificado en los últimos años.

Según Mc Kinsey “Ahora las personas están buscando que la industria de retail les hable a ellos de forma individual, ya sea en la parte de productos o en la parte de compras.

La idea es entender el sentimiento actual del consumidor”. Estas fueron las conclusiones de un reporte realizado por dicha firma. El reporte encuestó a 8,000 consumidores en diez países de Hispanoamérica: Argentina, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Panamá, Perú y Uruguay.

Los temas de la encuesta incluyeron actitudes sobre alimentos, compras, precios y conveniencia, así como comportamiento de compras (frecuencia, formato de tienda y método de compra), comportamiento de compras por canal (online versus tradicional) y desempeño de supermercados.

En México y América Latina, el panorama empresarial actual exige agilidad, eficiencia operativa y una profunda comprensión de las nuevas herramientas digitales.

Los principales retos:

El reto de transformación digital en el retail es multifacético, presentando una serie de obstáculos que, si bien desafiantes, son superables con las estrategias adecuadas.

1. La resiliencia, interoperabilidad y eficiencia operativa en cada tienda es la clave para bajar costos e incrementar la productividad.

2. Incrementar una estrategia omnicanal centrada en el cliente, es decir conocer sus preferencias y lograr una mejor experiencia de compra para incrementar su lealtad en compra continuamente.

3. El control de inventarios con enfoque predictivo para anticipar faltantes o atender el sobreabastecimiento y accionar o automatizar una serie de tareas como el reabastecimiento de inventarios.

4. El empoderamiento y colaboración transversal en el capital humano con reportes, acciones automatizadas con datos predictivos en tienda y oficinas implica conectar, medir, analizar y gestionar desde la infraestructura física del Punto de Venta POS /Periféricos, los sistemas ERP, las aplicaciones existentes y los procesos de operación en tienda y comercio digital (e commerce).

Las principales tecnologías en juego: Cuales son las Tecnologías que impulsan la transformación digital en el comercio minorista?

1. Edge y Cloud Computing: Permite unificar una sola arquitectura convergente, eficiente y confiable entre múltiples sistemas existentes e infraestructura heredada y multiprotocolo en cada tienda.

2. Big Data, Aprendizaje de máquina e inteligencia artificial (BD,ML, AI)

El análisis predictivo y prescriptivo (AI) nos permite entender mejor el comportamiento de la operación en tienda (Eficiencia Operativa) .

Nos permite predecir el comportamiento del cliente y ahora es posible predecir la demanda.

Personalizar promociones y recomendaciones.

Optimizar rutas de entrega.

Empresas como Amazon basan toda su estrategia en el uso intensivo de IA, desde su motor de búsqueda hasta la logística interna.

3. Realidad aumentada (RA) y realidad virtual. La RA permite a los usuarios "probar" productos desde casa. IKEA, por ejemplo, desarrolló una aplicación que permite a los usuarios visualizar cómo se vería su mobiliario en la casa de un cliente. Este tipo de innovación mejora la confianza en las compras en línea y reduce las devoluciones, dos grandes desafíos para el comercio digital.

4. Chatbots y automatización del servicio. Gracias al proceso de digitalización, marcas como Sephora han implementado asistentes virtuales que responden preguntas, recomiendan productos y generan participación. Soporte 24/7 sin necesidad de humano. Luego entonces, con toda esta tecnología podemos y debemos generar uno o varios proyectos de Transformación Digital de nuestra cadena de retail, que cumplan con los objetivos de negocio e incrementen la confiabilidad, eficiencia operativa y productividad sostenible en tienda y por comercio electrónico.

No es solo una cuestión de modernización, sino una necesidad para la supervivencia, el crecimiento y la competitividad de las distintas empresas de retail (groceries, convenience & gas stores, food retail, fashion retail, pharma, digital stores, e commerce, kioscos, etc. de cualquier tamaño, en un mercado cada vez más globalizado, competido, eficiente, ágil, innovador y diferenciado dependiente de la tecnología y centrado en atender al cliente.

Como iniciar una Transformación Digital

1) Para incrementar la eficiencia operativa en tienda desde el punto de venta POS (Point ofSale)+ Periféricos, debemos Conectar una plataforma Edge – Cloud Computing, capaz de realizar la convergencia en infraestructura POS Punto de Venta + los sistemas y apps actuales en tienda, agilizando así los procesos de control en cambios, actualizaciones en tienda y en línea, el control de existencias, control de costos, la gestión de promociones y ofertas, por ejemplo.

2) Agilizar la Información de cambios, notificaciones, reportes y acciones automatizadas mediante el empoderamiento al personal en tienda y oficinas con datos predictivos en la operación, costo, uso, eficiencia, desempeño, etc por tienda y total para tener un centro de control de operaciones.

3) Centrarse en medir la experiencia del cliente de extremo a extremo, es decir, cuando el cliente asiste a la tienda para comprar o realiza su compra por internet, o ambas, cuando prefiere visitar la tienda para conocer algún producto y recogerlo directamente. Es importante medir y conocer la cadena de servicio que experimentan los distintos tipos y requerimientos de los clientes, ya que sus preferencias son cambiantes y representan lageneración de venta recurrente y o nuevas ventas manteniendo un cliente contento en nuestros servicios e interesado en nuestros productos porque le representan valor. Además, es necesario innovar en tecnología y habilitarle al cliente nuevos servicios con aplicaciones que facilitan el conocimiento, adopción y compra de nuestros productos.

4) Incorporar distintos temas de sostenibilidad / ESG (Environmental Social Governance) o bien, ODS Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Ejemplos de Transformación en el sector retail:

1. Zara desde España para todo el mundo.

Parte del grupo Inditex, ha sido un líder global por su capacidad de adaptarse rápidamente. A través de un modelo de transformación digital inteligente, han logrado:

Integrar el inventario físico y en línea en tiempo real.

Ofrecer recoger en tienda desde el comercio electrónico.

Utilizar probadores inteligentes y RFID (radiofrecuencia) para mejorar la experiencia.

Esta estrategia les permite responder rápidamente a la demanda, reduciendo los tiempos de producción y evitando excedentes de inventario

2. Falabella: Reinención regional desde Chile.

El gigante chileno no solo digitalizó su canal de ventas, sino que también creó su propio Marketplace, abriendo nuevas tiendas y automatizando los procesos de logística y entrega.

Su transformación digital también incluyó alianzas estratégicas con los bancos digitales llamados fintechs, para mejorar las opciones de pago y construir la lealtad con los clientes

3. Grupo Éxito Innovando en Colombia.

Grupo Éxito ha sido pionero en implementar el autocobro, el pedido por WhatsApp y aplicaciones de lealtad. También han desarrollado programas de análisis para optimizar los surtidos y reducir pérdidas.

Su éxito demuestra que la transformación digital es posible en mercados emergentes con estrategias claras y centradas en el cliente.

Conclusiones:

La dirección debe estar convencida de los beneficios y ser un impulsor activo de la iniciativa empoderando a todos los empleados / capital humano / associates a mejorar, accionar, actuar predictivamente, mitigar a tiempo, aprender nuevas cosas, desarrollarse dentro de la empresa profesionalmente en base a sus habilidades, etc.

El modelo de plataforma digital como Servicio (SaaS) en conversión y complemento de infraestructura física de Puntos de Venta y Aplicaciones existentes en tienda de manera confiable, eficiente y sostenible, es un requisito previo para cualquier iniciativa de digitalización.

La seguridad de la información de los clientes. A medida que las empresas digitalizan sus operaciones y manejan más datos en línea, se vuelven más vulnerables a las amenazas cibernéticas. Es vital implementar medidas de seguridad robustas y capacitar al personal sobre las mejores prácticas de ciberseguridad.

La automatización de procesos genera un impacto significativo. Las tareas repetitivas y manuales, como la facturación, la gestión de pedidos o el seguimiento de inventario, pueden ser automatizadas, liberando tiempo valioso para los empleados y reduciendo errores. Esto no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también permite a los equipos enfocarse en actividades de mayor valor estratégico.

La adopción tecnológica también implica la capacitación continua. Es crucial adoptar un enfoque por etapas en la adopción tecnológica. Intentar digitalizar todos los aspectos de la empresa de una sola vez puede ser abrumador y contraproducente. Es preferible identificar las áreas de mayor impacto y comenzar con proyectos piloto, escalando gradualmente a medida que se obtienen resultados y se acumula experiencia. Celebrar los pequeños éxitos a lo largo del camino puede motivar al equipo y mantener el impulso.

24 - 25 octubre
Sanctuary - Cap Cana



REAL ESTATE



RENOVABLE



TURISMO



MIPYMES

EX
PO
CUMBRE
2025
FACTOR DE ÉXITO

Visibilidad, conexiones clave y oportunidades reales
para hacer crecer su negocio en el corazón del Caribe



OPENING

ANABEL BUENO

Embajadora, representante permanente de la República Dominicana ante la ONU - Turismo

EMMANUEL PUGA

Psicólogo organizacional y fundador de la firma Great Plan.

Lo que le espera en EXPO CUMBRE 2025:

- Oportunidades de inversión exclusivas en el mercado inmobiliario caribeño
- Conexiones directas con tomadores de decisiones de alto nivel
- Información privilegiada sobre tendencias y proyectos futuros
- Plataforma para expandir su presencia en el mercado regional

MÁS INFORMACIÓN



¡Asegure su lugar en el evento empresarial más exclusivo del Caribe!



CONSULTREE

TIEMPO DE TRANSFORMACIÓN

"En **CONSULTREE**, creemos que **las personas** y **las organizaciones** tienen un **potencial ilimitado de crecimiento**"

Luisa Guzmán
CEO

CONSULTREE

Construyendo **Liderazgo** para el **Futuro**

Desde 1998, **CONSULTREE** ha sido líder mundial en Búsqueda de Ejecutivos y Asesoramiento de Liderazgo. **Nuestros servicios son:**

-  Búsqueda Ejecutiva y de la Junta Directiva
-  Búsqueda Ejecutiva de Capital de Riesgo y Capital Privado
-  Consultoría de Empresas Familiares
-  Desarrollo de Liderazgo y Coaching Ejecutivo
-  Efectividad de la Junta Directiva

¿POR QUÉ CONSULTREE?

CONSULTREE Executive Search coloca a ejecutivos extraordinarios en las principales empresas del mundo y los equipa para tener **éxito**. Brindamos a nuestros clientes un conjunto integral de servicios de **asesoría de liderazgo** con un toque **humano incomparable**.

DTI DIGITAL
TRANSFORMATION
INDEX

APT
METHOD™
ALIGN PEOPLE'S TALENT

 www.consultree.com

 +1 305-850-5820

 consulting@consultree.com

 www.linkedin.com/in/luisarafaelaguzman/

