

FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

PANAMÁ



@RevistaFactordeExito
www.revistafactordeexito.com

Revista Factor de Exito

@RevistaFDE

María Pía Bazzolo

Vicepresidenta de Recursos Humanos
para Latinoamérica en Intcomex

Liderando la transformación
digital desde lo humano:
Un puente hacia el futuro del talento

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

Freddy Briones Ruíz

Especialista en Liderazgo en Banca, Aseguradoras,
Innovación y Transformación Digital

Innovación y automatización bien
aplicadas impulsan el capital humano

Marcela Uribe

Partner en Stanton Chase

“La IA abre la puerta,
pero seguimos siendo
las personas quienes
decidimos”

Open Business
**Expo Cumbre Factor de
Éxito 2025
Sostenibilidad y
convergencia: El futuro de
los negocios en el caribe**

Diego Ledesma

Consultor en transformación
organizacional y liderazgo digital

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

WORLD CORPORATE GOLF CHALLENGE



FACTOR DE ÉXITO

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



Liderando la transformación digital desde lo humano: Un puente hacia el futuro del talento

pág. **12** **María Pía Bazzolo**
Vicepresidenta de Recursos Humanos para Latinoamérica en Intcomex

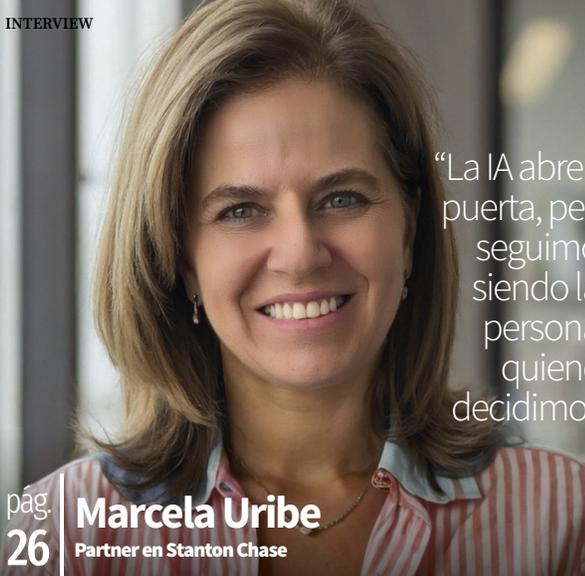
INTERVIEW



Innovación y automatización bien aplicadas impulsan el capital humano

pág. **20** **Freddy Briones Ruíz**
Especialista en Liderazgo en Banca, Aseguradoras, Innovación y Transformación Digital

INTERVIEW



“La IA abre la puerta, pero seguimos siendo las personas quienes decidimos”

pág. **26** **Marcela Uribe**
Partner en Stanton Chase

EXPO 2025
COMO
FACTOR DE ÉXITO 5
LIDERAZGO EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS

pág. **37**

INTERVIEW



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

ANALCEO
pág. **41** **Ramón Fauria**
Founder & CEO de Experience RF | Conferencista de alto impacto y experto en mindset, comunicación e influencia

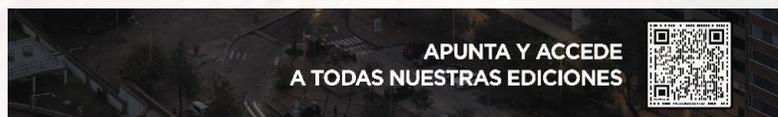
Gente de éxito



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

pág. **52** **Diego Ledesma**
Consultor en transformación organizacional y liderazgo digital

► Revista Factor de Éxito Panamá Número 18, Año 4



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 Bsarís

Web Master:
Juan Rebolledo

Digital Marketing Manager:
Jacqueline Leon

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

Portada:
María Pía Bazzolo
Vicepresidenta de Recursos Humanos
para Latinoamérica en Intcomex

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

Revista Factor de Éxito Panamá
Instagram: @RevistaFactordeExito
Twitter: @RevistaFDE

Facebook: Revista Factor de Éxito
www.revistafactordeexito.com

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

Futuro de la Inteligencia Artificial

SONDA, empresa líder en soluciones tecnológicas, tuvo una participación destacada en el Festival IA 2025, realizado en Ciudad de Panamá, un evento clave para el análisis del impacto de la inteligencia artificial en los negocios. Víctor Betancourt, Gerente General de SONDA para Panamá y Guatemala, lideró la conferencia “AI First: cómo liderar el futuro apostando al presente”, en la que resaltó el papel transformador de la IA y la necesidad urgente de integrarla estratégicamente en los modelos de negocio.

Betancourt destacó que el verdadero reto no es solo adoptar tecnología, sino rediseñar cómo operan las empresas para responder mejor a las necesidades de los clientes. En este marco,



presentó la propuesta de valor de SONDA, centrada en soluciones innovadoras como video analítica, automatización de procesos, big data y analítica avanzada.

Con esta participación, SONDA reafirma su rol como socio estratégico para organizaciones que buscan escalar y mantenerse competitivas en la era de la IA, enfocándose en mejorar

la experiencia del cliente y el rendimiento empresarial.

Con ingresos de US \$1.482,3 millones en 2023 y más de 13 mil colaboradores, SONDA opera en 14 países de América y continúa liderando la transformación digital en la región con soluciones a medida y tecnología de vanguardia.

Sostenibilidad e innovación

En el marco del Día Mundial de la Refrigeración, Panasonic y ADEN University organizaron un foro académico centrado en sostenibilidad, innovación tecnológica y el impacto ambiental de los nuevos refrigerantes. Este evento, parte del programa global Green Impact de Panasonic, reafirma el compromiso de ambas instituciones con el desarrollo responsable frente al cambio climático, con la meta de reducir 300 millones de toneladas de CO₂ para 2050. Durante la jornada se discutieron temas clave como la transición a refrigerantes más sostenibles, la eficiencia energética y la innovación responsable. Se destacó el uso del refrigerante R32 por su bajo potencial de calentamiento global y su eficiencia, así como la importancia del índice



SEER, que mide el rendimiento energético de los sistemas de climatización. Participaron estudiantes, docentes y personal de ADEN, promoviendo el rol de la juventud en el uso consciente de tecnologías verdes. Además, se anunció una nueva carrera en Sostenibilidad y Energías Renovables en ADEN University.

Eda Aparicio, directora general de Panasonic Latin America, resaltó el vínculo entre innovación y responsabilidad ambiental. La alianza entre ambas instituciones fortalece su compromiso con un modelo de desarrollo sostenible basado en educación, eficiencia energética y tecnología al servicio del medio ambiente.

Arcos Dorados

Arcos Dorados Panamá, operador de McDonald's en el país, fue reconocida por segundo año consecutivo entre las 10 mejores empresas del ranking Merco Talento 2025, ocupando el puesto 10 en el ranking general y el 3 en el sector de alimentación y bebidas. Además, fue distinguida por tener uno de los tres mejores equipos de Recursos Humanos. La compañía destaca por su enfoque en el desarrollo de talento interno, con el 96% de sus gerentes iniciando en posiciones operativas. Su cultura organizacional promueve el respeto, la diversidad y el crecimiento profesional. Más del 60% de su equipo son jóvenes menores de 24 años y más del 50% son mujeres. Arcos Dorados ofrece horarios flexibles, programas de inclusión y plataformas de formación como M-Campus y Hamburger University. Según Alma Gordón, gerente de RR.HH., estos logros reflejan un compromiso

genuino con el bienestar y desarrollo de sus colaboradores. El reconocimiento en Merco Talento reafirma a la empresa como referente en cultura laboral, inclusión y sostenibilidad. Arcos Dorados es el mayor franquiciado

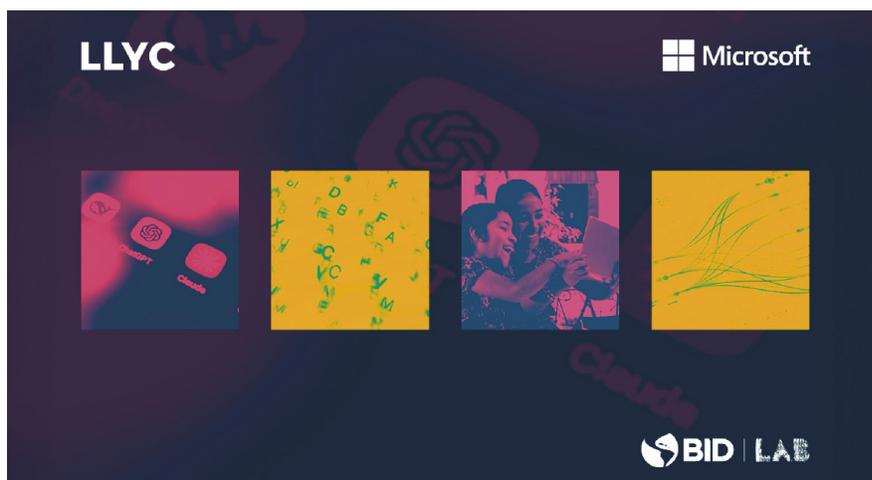
independiente de McDonald's en el mundo, operando en 20 países de América Latina y el Caribe, con más de 2.350 restaurantes y 100 mil empleados, y cotiza en la Bolsa de Nueva York (NYSE: ARCO).



La IA generativa

El informe “El desempeño de la inteligencia artificial en el uso de lenguas indígenas americanas”, elaborado por LLYC en colaboración con BID Lab y Microsoft, analiza cómo la inteligencia artificial (IA) generativa interactúa con siete lenguas indígenas. El estudio revela que, aunque la IA puede ser una herramienta clave para reducir el aislamiento digital y preservar culturas originarias, aún presenta importantes deficiencias: bajo rendimiento lingüístico, respuestas breves y sesgo cultural. Solo el 54% de las respuestas son correctas y, en promedio, las calificaciones de comprensión y expresión son inferiores a 3 sobre 10.

Para fomentar una IA más inclusiva y útil para estas comunidades, el informe propone 21 estrategias, como aumentar el contenido digital



en lenguas indígenas, desarrollar tecnologías de traducción y voz, y proteger archivos culturales. Además, destaca la necesidad de colaboración entre gobiernos, empresas tecnológicas, ONGs y marcas para cerrar brechas digitales y sociales.

El estudio subraya que la calidad de la IA está directamente relacionada con la cantidad de datos disponibles en cada lengua. Promover una IA que entienda y respete los contextos culturales y lingüísticos es esencial para una inclusión tecnológica real en América Latina y el Caribe.

Formación e inclusión laboral

Arcos Dorados, operadora de McDonald's en América Latina y el Caribe, presentó su Reporte de Impacto Social y Desarrollo Sostenible 2024, destacando logros en empleabilidad, sostenibilidad y educación en Panamá. Actualmente, cuenta con más de 2,400 colaboradores, de los cuales 49 % son menores de 24 años y 57 % son mujeres, quienes también ocupan ese mismo porcentaje en cargos directivos. Además, la empresa integra 43 personas con discapacidad y generó más de 800 nuevos empleos en el último año, mayormente para jóvenes en su primer trabajo formal.

En capacitación, se ofrecieron más de 3,500 instancias formativas y 57,900 horas de entrenamiento. A través de la plataforma educativa gratuita MCampus Comunidad, se superaron 15 mil inscripciones, 3,485



cursos finalizados y 348 horas de aprendizaje solo en Panamá.

En sostenibilidad, se abrieron 14 nuevos restaurantes y se remodelaron 17, incorporando medidas de eficiencia energética y ambiental. El 100 % de sus ingredientes frescos

son de origen panameño. Además, se reciclaron 184 mil litros de aceite para producir biodiesel y se recaudaron \$188,700 para fundaciones locales mediante la iniciativa 'Gran Día'. El reporte fue elaborado bajo estándares internacionales GRI y SASB, con verificación de EY.

Poder femenino

La gestión del recurso humano ha evolucionado de un enfoque operativo a uno estratégico, convirtiéndose en un pilar clave para el éxito empresarial. En Panamá, país en constante transformación económica y tecnológica, los departamentos de recursos humanos están liderando procesos de cambio, transformación digital,



cultura organizacional y bienestar laboral. Este nuevo enfoque exige profesionales que no solo dominen aspectos administrativos, sino también herramientas tecnológicas, gestión del cambio y desarrollo organizacional.

Uno de los principales retos es la retención del talento joven, que busca más que estabilidad: desea propósito, flexibilidad y crecimiento. Asimismo, la formación continua es crucial, ya que muchas empresas aún carecen de programas sólidos que potencien la innovación y el desarrollo interno. La capacitación debe verse como una inversión estratégica, no como un gasto.

Temas como la inclusión, la equidad de género, el liderazgo ético y el bienestar emocional cobran cada vez más relevancia. Además, la inteligencia artificial y el análisis de datos están revolucionando la toma de decisiones, permitiendo procesos más eficientes y personalizados.

Finalmente, se destaca la necesidad de colaboración entre academia, empresas y gobierno para promover políticas públicas que fortalezcan la empleabilidad y el trabajo digno. El capital humano es el motor del desarrollo y clave para un Panamá más moderno y justo.

Formación del capital humano

En conmemoración del Día del Marino, la Universidad Marítima Internacional de Panamá (UMIP) participó en un conversatorio organizado por la Asociación de Prácticos del Canal de Panamá, con el objetivo de analizar avances, retos y perspectivas del sector marítimo a nivel nacional e internacional. El evento reunió a autoridades académicas, cadetes, expertos en tecnología marítima y miembros de la Asociación, fomentando el intercambio de ideas sobre sostenibilidad, formación de talento, digitalización y la innovación como motor de competitividad.

El rector de la UMIP, Víctor Luna Barahona, destacó el compromiso institucional con la excelencia académica y la transformación del sistema educativo marítimo, mediante programas enfocados en sostenibilidad, eficiencia y transformación digital. Por su parte, el Capitán Adrián Ossa subrayó el valor de la colaboración entre la academia y el sector marítimo, reconociendo la calidad educativa de la UMIP, anteriormente Escuela Náutica de Panamá, formadora de muchos de los actuales prácticos del Canal.

Durante el evento también se rindió homenaje al Capitán Antonio Motta Donadío, primer director de la Escuela Náutica,



por su valiosa contribución al desarrollo de generaciones de marinos panameños. La UMIP reafirma así su rol como aliada estratégica en el fortalecimiento del capital humano marítimo del país.

Transformación digital

Cable & Wireless Business ha lanzado la gira “Workshop de tecnología para empresarios visionarios”, que recorrerá ciudades del interior del país como Penonomé, Chitré, Santiago y David. El objetivo es impulsar la transformación digital en las empresas panameñas, conectándolas con soluciones tecnológicas que fomenten su crecimiento, rentabilidad y competitividad.

En un entorno de constante evolución, donde la digitalización redefine los modelos de negocio, este workshop busca brindar a los empresarios acceso a herramientas como computación, ciberseguridad, soluciones en la nube, WiFi e inteligencia artificial, con demostraciones en vivo y mesas informativas. Además, se ofrecerán espacios de networking, capacitación y atención



personalizada, fortaleciendo así el ecosistema empresarial del país.

Danilo Fernandes, vicepresidente de Negocios Corporativos B2B, destacó que esta iniciativa promueve la sostenibilidad empresarial mediante el uso de tecnologías que mejoran la seguridad digital, la eficiencia operativa y la toma de decisiones estratégicas.

La gira contará con la participación de marcas líderes del sector tecnológico, presentando soluciones adaptadas a industrias emergentes y tradicionales como la agroindustria, el turismo, la automotriz y los servicios. Esta plataforma se posiciona como un espacio clave para construir el futuro digital de las empresas del interior y fortalecer sus capacidades frente a los desafíos del mercado actual.

Liderando la transformación digital desde lo humano: Un puente hacia el futuro del talento

María Pía Bazzolo

Vicepresidenta de Recursos Humanos para Latinoamérica en Intcomex

“La transformación digital no es simplemente implementar nuevas tecnologías o automatizar procesos. Es, ante todo, un cambio profundo en la manera en que pensamos, trabajamos y nos relacionamos dentro de las organizaciones.”

Factor de Éxito tiene el privilegio de presentar a una de las voces más influyentes en la convergencia entre talento y tecnología en Latinoamérica. Con más de dos décadas de experiencia en el ámbito de los recursos humanos en compañías globales como IBM, Maersk, Philips y actualmente Intcomex, María Pía Bazzolo se ha consolidado como una líder visionaria que entiende profundamente la intersección entre el capital humano y la revolución digital.

En esta edición dedicada a explorar cómo el liderazgo empresarial está navegando la transformación digital, la perspectiva de María Pía resulta especialmente valiosa. Desde su base en Panamá, ha liderado transformaciones organizacionales que han redefinido cómo las empresas latinoamericanas enfrentan los desafíos de la era digital, siempre manteniendo al ser humano en el centro de la ecuación.

A lo largo de esta entrevista exclusiva para Factor de Éxito, María Pía comparte su visión sobre la evolución del liderazgo en tiempos de inteligencia artificial, la importancia de construir culturas organizacionales que abracen el cambio y cómo la tecnología puede ser una poderosa aliada para potenciar — nunca reemplazar— las capacidades humanas. Su perspectiva como fundadora de BenchClub, una comunidad de aprendizaje para líderes de talento, ofrece además una mirada única sobre el poder de la colaboración en entornos cada vez más complejos y cambiantes.

Su experiencia ejecutiva, complementada con su formación en el Executive MBA de ESADE y programas en Babson y MIT, le permite navegar con fluidez entre la visión estratégica y la ejecución práctica, siempre con un enfoque centrado en generar impacto tangible tanto en las personas como en los negocios.

En un mundo donde la tecnología avanza a pasos agigantados, María Pía nos recuerda que el verdadero motor de la transformación no son los sistemas o las plataformas, sino las personas que los utilizan y las culturas que les dan sentido.

Con más de 20 años de experiencia en recursos humanos, ha presenciado la evolución digital en las organizaciones. ¿Cómo ha cambiado su enfoque en la gestión del talento con la llegada de tecnologías como la IA y la automatización, y qué principios fundamentales considera que deben mantenerse inalterables a pesar de la transformación digital?

La tecnología ha ampliado nuestras posibilidades en la gestión del talento de manera exponencial. Hoy contamos con herramientas que nos permiten tomar decisiones basadas en datos, automatizar procesos operativos, detectar patrones de comportamiento, predecir necesidades futuras de capacidades e incluso personalizar la experiencia de los colaboradores según sus intereses y momentos de carrera. Podemos diseñar journeys más efectivos, medir el impacto en tiempo real y enfocar nuestros esfuerzos en lo que realmente mueve a las personas y genera valor en las organizaciones.

Sin embargo, esta revolución tecnológica no debe hacernos perder de vista lo esencial: las personas no son datos y la IA nos potencia, pero no nos reemplaza.

Creo que hay principios que deben mantenerse inalterables, incluso más presentes que nunca. Me refiero al respeto por la individualidad, a la conexión humana y a la construcción de culturas organizacionales basadas en la confianza, la inclusión y el propósito compartido.

La inteligencia artificial es una aliada potente, pero no reemplaza ni la empatía ni la intuición que hacen del liderazgo algo profundamente humano. Nuestra labor es abrazar la tecnología sin renunciar a nuestra esencia. Porque en un mundo que cambia tan rápido, lo que realmente marca la diferencia es cómo cuidamos a nuestra gente, cómo los hacemos sentir vistos, valorados y desafiados a crecer.

La transformación digital no es solo una evolución técnica. Es, en su mejor versión, una oportunidad para poner a las personas aún más en el centro.

En términos cuantitativos, ¿qué resultados tangibles ha observado en Intcomex tras implementar estrategias de digitalización en RRHH? ¿Podría compartir cifras concretas sobre mejoras en eficiencia, reducción de costos o incremento en indicadores clave de desempeño?

Los resultados gracias a la digitalización han sido, son y serán innumerables, pero para nombrar algunos; ahora tenemos datos, información estructurada, condición indispensable para poder tomar decisiones informadas, que como dicen por ahí, lo que no se mide no mejora. Hemos logrado una reducción del 30% en los tiempos de contratación, hemos incrementado en 10% las promociones internas, disminuido en un 12% la rotación, y optimizado la productividad del equipo de RRHH al automatizar tareas operativas. Esto nos ha permitido redirigir esfuerzos hacia iniciativas estratégicas como el desarrollo de talento y la experiencia del colaborador, con un impacto positivo en nuestros niveles de engagement y fidelización.

Usted ha liderado procesos de transformación organizacional en múltiples empresas. ¿Cuáles son las estrategias más efectivas que ha implementado para vencer la resistencia al cambio, especialmente en entornos donde la digitalización puede ser percibida como una amenaza por parte de los colaboradores?

Vencer la resistencia al cambio no se trata de imponer, sino de acompañar. Es importante recordar que no todos somos iguales y que como seres humanos generalmente las emociones nos lideran, hay quienes amamos el cambio y otros que les cuesta mucho, por eso es importante estar cerca de la gente y escucharlos. La estrategia más efectiva que he implementado ha sido siempre partir desde la empatía y la escucha. Entender qué temores, creencias o inseguridades hay detrás de la resistencia permite diseñar una estrategia mucho más humana y adaptada a la realidad de cada equipo y permite diseñar estrategias de comunicación y acompañamiento más empáticas. También ha sido clave involucrar a los equipos desde etapas tempranas, no solo informándolos, sino haciéndolos parte activa del proceso. Cuando alguien siente que tiene voz y que su opinión cuenta, es más probable que abraze el cambio y no lo vea como algo impuesto. También me ha dado muy buenos resultados aplicar el enfoque de “quick wins”: generar pequeñas victorias visibles que muestren que el cambio trae beneficios concretos, medibles y alcanzables. Esto genera confianza, reduce la ansiedad y motiva a seguir avanzando.

Otra herramienta poderosa ha sido preparar emocionalmente a los líderes de cada área para que sean embajadores del cambio ha marcado una gran diferencia.

Por último, he aprendido que la transparencia es fundamental. Decir lo que sabemos, lo que no, lo que puede cambiar y lo que es definitivo genera credibilidad. La resistencia disminuye cuando la gente entiende el “para qué” y no siente que está siendo manipulada o dejada al margen.

En síntesis: *el cambio no se gestiona con una presentación en PowerPoint. Se construye desde el vínculo, la claridad y el compromiso compartido.*

En un entorno de disrupción constante, ¿cómo se prepara usted personalmente para liderar con agilidad y visión en medio de la incertidumbre? ¿Qué prácticas ha incorporado para mantenerse actualizada y conectar con las nuevas generaciones?

Liderar en estos tiempos implica mantenerse en constante reinvencción, con mente abierta a ver y vivir los cambios como oportunidades de mejora.

Personalmente, dedico tiempo a leer mucho acerca de tendencias, participar en comunidades de RRHH y dialogar con líderes de diferentes funciones e industrias. El Executive MBA en ESADE ha sido una gran fuente de inspiración y renovación, así como mi participación en programas de innovación en Babson y MIT.

Pero más allá del conocimiento técnico, me esfuerzo por mantener la curiosidad y la escucha activa. Aprendo muchísimo, en mis viajes a los países, conversando con jóvenes talentos, entendiendo cómo ven el mundo, qué los inspira y qué esperan de sus líderes y de la organización.

Para conectar con nuevas generaciones, primero hay que dejar de pretender saberlo todo y empezar a preguntar más. Ellos no solo quieren oportunidades: quieren coherencia, impacto y espacios donde puedan ser ellos mismos.

La IA está transformando radicalmente procesos como la selección de personal y la evaluación del desempeño. ¿Qué aplicaciones de IA considera más prometedoras para RRHH en el corto plazo y cuáles son los riesgos éticos que debemos considerar al implementarlas?

En este momento, las aplicaciones más prometedoras están en la analítica predictiva y en los asistentes de inteligencia artificial, ambos permiten la automatización de los procesos y la personalización de la experiencia del empleado dentro de la organización – desde el reclutamiento, cómo nos comunicamos con ellos hasta su plan de carrera personalizado.

No obstante, debemos ser muy cuidadosos con los sesgos algorítmicos, la transparencia en el uso de los datos y la privacidad.

La ética en IA no es un tema opcional: *es central para que la tecnología sea un aliado de la equidad, y no una fuente de discriminación inadvertida.*

Desde su perspectiva como líder regional basada en Panamá por más de 12 años, ¿cómo evalúa el ecosistema tecnológico del país en comparación con otros mercados latinoamericanos? ¿Qué oportunidades y desafíos presenta Panamá para empresas que buscan liderar la transformación digital?

Panamá tiene todo para ser un hub digital regional: una ubicación estratégica, conectividad robusta y una generación joven con ganas de progresar. Pero si realmente queremos liderar la transformación digital, necesitamos empezar desde la base: la educación. Tenemos que invertir en que nuestros niños y jóvenes

sean nativos digitales, no solo usuarios de tecnología, sino creadores, solucionadores de problemas y pensadores críticos.

Además, en un mundo donde la inteligencia artificial automatizará muchas tareas, las habilidades humanas serán nuestro mayor diferencial. Empatía, razonamiento contextual, pensamiento crítico y colaboración son capacidades que debemos potenciar desde la escuela hasta el entorno laboral. Hoy en día, uno de los mayores desafíos que enfrentamos en las multinacionales es encontrar talento con ese balance entre competencias técnicas y habilidades blandas.

La oportunidad está ahí: si logramos una mayor articulación entre el sector privado, el sistema educativo y el gobierno, Panamá puede posicionarse como un referente de talento y tecnología en la región.

Usted ha mencionado que “la transformación digital no se logra sin transformación cultural”. ¿Podría elaborar sobre esta afirmación y compartir un caso concreto donde haya evidenciado esta interrelación en su trayectoria profesional?

La transformación digital no es simplemente implementar nuevas tecnologías o automatizar procesos. Es, ante todo, un cambio profundo en la manera en que pensamos, trabajamos y nos relacionamos dentro de las organizaciones. Y eso solo ocurre cuando hay una transformación cultural real. La tecnología puede ser el catalizador, pero sin una cultura que la acompañe, que la adopte y que la entienda, cualquier iniciativa digital está destinada al fracaso.

Un caso muy claro lo viví hace unos años cuando pasamos de una estructura de Recursos Humanos totalmente descentralizada, operando en varios países con distintos enfoques, sistemas y culturas, hacia una función global, integrada, con procesos estandarizados y una visión común.

Técnicamente fue un desafío enorme: hubo que armonizar plataformas, redefinir roles, rediseñar procesos e implementar tecnología de punta. Pero lo más retador —y también lo más poderoso— fue el cambio cultural que implicaba. Tuvimos que construir confianza entre equipos que estaban acostumbrados a tomar decisiones localmente, fomentar la colaboración transnacional, y promover un liderazgo más cercano, empático y orientado al propósito común.

Nos dimos cuenta de que no podíamos imponer el cambio: teníamos que co-construirlo. Escuchar fue clave. Involucramos a los equipos desde el inicio, abrimos espacios para debatir miedos y

oportunidades, y pusimos mucho énfasis en comunicar el “para qué” del cambio, no solo el “qué” o el “cómo”.

El verdadero cambio no ocurrió cuando lanzamos el nuevo sistema. Ocurrió cuando los equipos empezaron a verse como parte de algo más grande que su país o su función. Cuando dejaron de decir “mi proceso” para decir “nuestro proceso”. Ese fue el momento en que la transformación digital se convirtió en transformación cultural.

Como fundadora de BenchClub, ¿qué tendencias está observando en el aprendizaje colaborativo entre líderes de talento en América Latina y cómo visualiza que esta red pueda evolucionar para responder a los desafíos de la cuarta revolución industrial?

Lo que veo es una necesidad creciente —y urgente— de comunidad. Vivimos en un entorno donde el cambio es constante y muchas veces abrumador, especialmente para quienes lideramos la transformación dentro de las organizaciones. Frente a esto, los líderes de talento (RRHH) no solo buscan conocimiento técnico, sino un espacio seguro para compartir inquietudes, experiencias reales y aprendizajes con otros que atraviesan desafíos similares. Una comunidad donde no haya egos ni competencia, sino colaboración genuina.

La gente de RRHH se ocupa de las necesidades de todos en la empresa, pero ¿quién se ocupa de ellos? BenchClub nació justamente para responder a esa necesidad. Empezó como una red de networking, pero rápidamente se transformó en una plataforma de aprendizaje colectivo, de co-creación de soluciones y de construcción de alianzas estratégicas entre profesionales que comparten valores y propósito.

Lo más valioso no es lo que uno aprende de un speaker —aunque también suma—, sino lo que sucede cuando abrimos el juego, cuando compartimos buenas prácticas, fracasos, datos, y creamos juntos nuevas formas de hacer. En plena Cuarta Revolución Industrial, donde la tecnología avanza más rápido que la capacidad de muchas organizaciones para adaptarse, el aprendizaje entre pares se vuelve una ventaja competitiva.

Mi visión es que BenchClub evolucione hacia un ecosistema de transformación regional: un espacio donde líderes de talento puedan anticipar tendencias, experimentar nuevas soluciones, apoyarse mutuamente y acelerar el impacto de sus áreas en el negocio. Porque el futuro del trabajo no se navega solo, se construye en red.

En esta nueva era marcada por la inteligencia artificial, ¿cuáles considera que son las competencias clave que los profesionales deben desarrollar para seguir siendo relevantes y aportar valor?

La inteligencia artificial está redefiniendo el mundo del trabajo, y con ello, el perfil de las competencias que realmente marcarán la diferencia. Ya no basta con saber hacer, ahora hay que saber pensar, conectar, cuestionar y adaptarse. Las competencias técnicas seguirán siendo importantes, pero las habilidades humanas serán el verdadero diferenciador.

Empatía, pensamiento analítico y crítico, inteligencia emocional y contextual, comunicación efectiva y capacidad de aprendizaje continuo son esenciales. La IA no nos va a reemplazar, pero sí va a exigir que seamos más humanos que nunca. Necesitamos profesionales que entiendan el contexto, que puedan colaborar con otros en entornos diversos y que sean capaces de liderar con propósito. El futuro no es solo de quienes dominen la tecnología, sino de quienes sepan integrarla con sensibilidad y criterio.

Más allá de los logros profesionales, ¿cuál es el impacto que desea generar a través de su trabajo y qué legado le gustaría dejar en las personas y organizaciones con las que colabora? ¿Cómo ha evolucionado su propósito personal a lo largo de su carrera?

Mi propósito ha evolucionado de querer “hacer carrera” a querer “hacer la diferencia”. Hoy me mueve ayudar a las personas y a las empresas a dar lo mejor de sí y superar sus propios límites. A las personas a crecer, a descubrir su valor y a desafiarse. En las organizaciones, busco construir culturas más humanas, donde el talento florezca y los negocios crezcan con propósito. Si algo quiero dejar, es la certeza de que se puede liderar con resultados sin perder la calidez. Que se puede transformar sin deshumanizar.

El legado de María Pía Bazzolo trasciende los resultados empresariales y se manifiesta en las innumerables personas y organizaciones que ha impactado a lo largo de su trayectoria. Su visión de un liderazgo que combina empatía y excelencia nos invita a reflexionar sobre el tipo de futuro que queremos construir: uno donde la tecnología potencia nuestra humanidad en lugar de disminuirla. Como ella misma afirma, el desafío actual no es simplemente adaptarse a la era digital, sino redefinirla desde valores profundamente humanos: “Se puede liderar con resultados sin perder la calidez. Se puede transformar sin deshumanizar.” Un recordatorio poderoso de que, en última instancia, la verdadera innovación siempre comienza y termina con las personas.



FACTOR DE ÉXITO

¡La clave está en la diferenciación!

PANAMÁ 

@RevistaFactordeExito
Revista Factor de Éxito
www.revistafactordeexito.com



María Pía Bazzolo

Vicepresidenta de Recursos Humanos para Latinoamérica en Intcomex

Liderando la transformación digital desde lo humano: Un puente hacia el futuro del talento

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

Freddy Briones Ruiz

Especialista en Liderazgo en Banca, Aseguradoras, Innovación y Transformación Digital
Innovación y automatización bien aplicadas impulsan el capital humano

Marcela Uribe
Partner en Stariton Chase

"La IA abre la puerta, pero seguimos siendo las personas quienes decidimos"

Open Business
Expo Cumbre Factor de Éxito 2025
Sostenibilidad y convergencia: El futuro de los negocios en el Caribe

Conto de Éxito
Diego Ledesma

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



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE



PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



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

A portrait of Freddy Briones Ruíz, a man with short dark hair, wearing a light-colored suit jacket, a blue shirt, and a blue tie. He is sitting in a black leather office chair, looking directly at the camera with a slight smile. The background is a dark, modern office interior with horizontal wooden slats and recessed ceiling lights.

Freddy Briones Ruíz

Especialista en Liderazgo en Banca,
Aseguradoras, Innovación y Transformación Digital

Innovación y automatización bien
aplicadas impulsan el capital humano

Liderazgo estratégico que conecta
eficiencia y cultura organizacional
en entornos altamente digitales

Freddy Briones Ruíz es un líder que ha sabido integrar con maestría tres componentes clave del entorno empresarial moderno: operaciones, tecnología y talento humano. Con una trayectoria consolidada en sectores como la banca, seguros, industria y comercio, Briones ha liderado procesos de innovación y transformación digital que han dejado una huella tangible en la eficiencia operativa y la evolución estratégica de las organizaciones que ha dirigido.

Formado con dos MBA, uno en Dirección Empresarial y otro en Marketing y Ecommerce, además de una licenciatura en sistemas de información, Briones combina la visión estratégica con un profundo dominio técnico. Sus certificaciones en inteligencia artificial, innovación, procesos y automatización le han permitido implementar soluciones robustas en entornos complejos, siempre manteniendo como eje la cultura organizacional y el desarrollo del talento.

Para Briones, el equilibrio ideal entre automatización e intervención humana se encuentra en la definición clara de los objetivos empresariales, la alineación con la cultura organizacional y el uso responsable de herramientas tecnológicas. Su enfoque no se limita a la tecnología por sí misma, sino a cómo esta puede facilitar procesos repetitivos mientras libera a los colaboradores para tareas estratégicas y analíticas.

Uno de sus mayores aportes ha sido la implementación de RPA, IA y herramientas como Power BI para mejorar los tiempos de respuesta, la precisión de la información y la toma de decisiones. En uno de los casos que lideró, la automatización de tareas manuales permitió reducir un equipo de cinco personas a uno solo, sin pérdida de calidad, logrando una eficiencia operativa del 50 %.

Briones destaca también la importancia de promover una cultura de innovación basada en cinco pilares: capacitación continua, adopción del cambio, comunicación efectiva, impulso de la creatividad y la tecnología como habilitador. Bajo su liderazgo, estas premisas se han convertido en motores de cambio y evolución, tanto en los procesos como en la mentalidad de los equipos.

Consciente de los desafíos que plantea la integración de canales digitales y físicos, ha trabajado en superar barreras tecnológicas heredadas, modernizando infraestructuras, fortaleciendo la ciberseguridad y promoviendo una formación integral del personal.

En tiempos donde los modelos de liderazgo están evolucionando hacia prácticas más ágiles y orientadas a resultados, Briones ha sabido integrar metodologías como Scrum, adaptándolas a la estructura organizacional para acelerar entregables, fomentar el aprendizaje continuo y optimizar recursos.

Sus resultados hablan por sí solos: reducción de costos operativos de hasta un 50 %, mejoras significativas en indicadores de satisfacción del cliente (NPS), eficiencia en la operatividad de canales y un entorno laboral más alineado con la transformación digital.

Briones es, sin duda, un estratega integral. Su enfoque técnico, combinado con una visión profundamente humana, lo posiciona como un referente clave para liderar organizaciones hacia una transformación digital auténtica, sostenible y centrada en el talento.

A partir de su experiencia liderando operaciones y transformación digital en el sector bancario, ¿cómo define usted el equilibrio ideal entre tecnología, automatización y talento humano en el rediseño de modelos operativos?

Definir el equilibrio ideal parte del enfoque que damos a los objetivos planteados, la cultura organizacional de las empresas y la correcta definición de los KPI. La estrategia debe elaborarse con determinación, de manera que podamos apalancarnos en la tecnología, dándole un uso adecuado que nos permita desarrollar modelos evolutivos y predictivos de forma automatizada. Hoy en día, existen muchas herramientas disponibles para lograr esta automatización. Sin embargo, debemos tener claro que el talento humano sigue siendo necesario, especialmente para la toma de decisiones y supervisión. Los procesos rutinarios o repetitivos pueden ser gestionados con bots, lo que permite rediseñar los modelos operativos de manera eficiente, coordinada, robusta, controlada y con resultados rápidos.

Las empresas aplican actualmente el upskilling, que se encuentra en constante evolución y busca optimizar el desempeño. En cuanto al reskilling, este se enfoca en incorporar nuevas habilidades basadas en aprendizajes recientes. Ambos enfoques deben aplicarse en el momento oportuno y conforme a las necesidades de cada organización.

¿Qué impacto ha tenido la implementación de RPA, inteligencia artificial y tableros de gestión con Power BI en la eficiencia de los servicios financieros y la experiencia del cliente?

Podemos hablar de una verdadera evolución tecnológica en términos de automatización. La capacidad de procesar grandes volúmenes de información permite que herramientas como RPA gestionen procesos repetitivos que antes eran manuales. Aunque muchos consideran que su implementación puede ser costosa, esto depende del volumen de datos a procesar. Para pequeñas y medianas empresas, existen alternativas viables, incluso mediante Excel, utilizando macros como una forma básica de automatización que siempre ha

estado disponible, pero cuyo conocimiento para su uso muchas veces ha sido limitado.

La inteligencia artificial acelera el aprendizaje y facilita el acceso al conocimiento, aunque es esencial aplicar criterio para evaluar su correcta utilización. La IA transforma nuestra forma de trabajo, facilitando tareas si se usa de manera responsable.

En cuanto al Business Intelligence (BI), herramientas como Power BI son sumamente potentes. Permiten extraer datos de archivos locales, bases de datos, servidores en tierra o en la nube, y múltiples conexiones. Estas herramientas transforman la información en conocimiento útil para la toma de decisiones, estrategias, monitoreo y seguimiento, ampliando nuestra capacidad de análisis.

Desde su enfoque estratégico, ¿cuáles considera que son las claves para impulsar una cultura organizacional que promueva la innovación, la mejora continua y la adopción de nuevas tecnologías entre los equipos?

| Lo resumiría en cinco factores clave:

- Tener un equipo bien capacitado, promoviendo el aprendizaje continuo en toda la organización.
- Fomentar la adopción al cambio, acompañando al equipo en cada aprendizaje.
- Impulsar la tecnología como habilitador, invirtiendo en plataformas actualizadas y brindando soporte adecuado.
- Mantener una buena comunicación, asegurando que todo el equipo esté al tanto de mejoras, cambios o nuevas implementaciones.
- Estimular la creatividad, promoviendo metodologías que incentiven la participación y aportes de los equipos.

En su trayectoria, ha liderado importantes procesos de transformación digital. ¿Podría compartir algún caso concreto donde la automatización haya generado resultados medibles en ahorro de costos o mejora de indicadores?

Uno de los casos que lideré comenzó con un proceso manual repetitivo: abrir un archivo, copiar una columna, trasladarla a otro documento, aplicar cálculos, etc. Realizar esta tarea diariamente resultaba tedioso y propenso a errores.

La solución fue automatizar el proceso mediante un bot que realiza esta tarea a una hora específica,

permitiendo al personal enfocarse en actividades analíticas y estratégicas. El resultado fue pasar de cinco colaboradores dedicados a esta tarea a uno solo, mejorando la eficiencia operativa en un 50 %, con mayor precisión en la gestión de archivos de entrada y salida.

La gestión del talento es crucial en la era digital. ¿Qué mecanismos ha encontrado más efectivos para motivar, capacitar y alinear a equipos multidisciplinarios en entornos altamente tecnológicos?



El mecanismo más efectivo es tener claro el propósito. Establecer metas claras, saber hacia dónde se quiere llegar y qué se desea lograr. Reforzar que todos los miembros del equipo son fundamentales para alcanzar esos objetivos comunes. Reconocer a los colaboradores que aportan al éxito organizacional y fomentar un ambiente laboral armonioso, donde las personas se sientan valoradas y apreciadas, motiva e impulsa el compromiso.

Con una visión integral de operaciones, tecnología y experiencia al cliente, ¿cuáles son los principales retos que identifica en la integración de canales digitales y físicos dentro del sistema bancario actual?

El reto principal surge cuando las organizaciones operan con múltiples sistemas que se comunican mediante archivos, APIs o microservicios. La herencia de sistemas antiguos representa un gran desafío para implementar cambios, ya que se requiere desarrollar un CORE centralizado que abarque todos o la mayoría de los módulos bancarios.

Esto también implica una adaptación del personal a nuevas plataformas y evaluar qué tan rápido pueden dominar los nuevos sistemas. Además, es necesario actualizar constantemente los mecanismos de ciberseguridad para proteger la operación financiera.

En su experiencia, ¿cómo han evolucionado los modelos de liderazgo ante la necesidad de adoptar metodologías ágiles como Scrum y promover un pensamiento crítico enfocado en resultados?

Así como la tecnología evoluciona, también lo hacen las metodologías. El liderazgo tradicional ha dado paso a un enfoque más dinámico, enfocado en soluciones, priorización, aceptación del error como aprendizaje y agilidad en los procesos.

La aplicación de Scrum depende de la conformación de equipos. En grandes organizaciones, se puede implementar con equipos definidos, entregables por sprint y ceremonias establecidas. Esto permite obtener resultados inmediatos y realizar ajustes rápidos, lo que constituye una de sus principales ventajas.

¿Qué cifras o indicadores destacaría como evidencia del éxito en su gestión reciente en términos de eficiencia operativa, ahorro económico, transformación tecnológica y mejora en la atención al cliente?

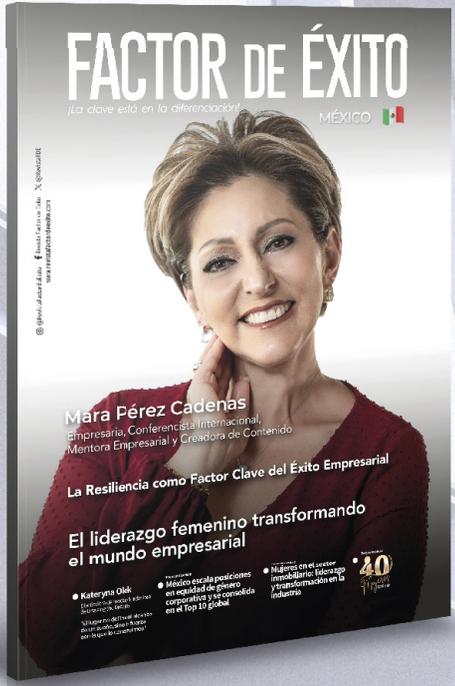
I Resumiría los principales logros en cinco puntos:

- Reducción de costos operativos entre un 25 % y un 50 %, según evaluaciones externas.



- Mejora en la satisfacción del cliente, medida a través del índice NPS.
- Incremento de la eficiencia operativa con base en el volumen procesado correctamente a tiempo.
- Alta disponibilidad de canales, reflejada en un elevado porcentaje de operabilidad continua.
- Medición de la cultura organizacional, evaluando la percepción de los colaboradores frente a la implementación de nuevas tecnologías y procesos de transformación digital.

PLATAFORMA INTERNACIONAL PARA EL LIDERAZGO, EMPRESARIAL Y DE NEGOCIOS



EVENTOS | REVISTA | DIGITAL | WEB SITE





DESCARGA TODAS NUESTRAS EDICIONES AQUI ➡



Marcela Uribe

Partner en Stanton Chase

“La IA abre la puerta, pero seguimos
siendo las personas quienes decidimos”

Conectando tecnología y humanidad,
Uribe lidera la evolución del talento
ejecutivo en Centroamérica

En un mundo donde el cambio es constante y la tecnología redefine el liderazgo, Marcela Uribe Ordóñez ha sabido convertirse en brújula y motor de transformación. Desde Panamá, ha tejido puentes entre estrategia, talento y visión humana, consolidando a Stanton Chase como un referente regional en la búsqueda ejecutiva.

Psicóloga especializada en Mercadeo por la Universidad de los Andes y coach certificada, Uribe combina una visión aguda del comportamiento humano con una comprensión estratégica del negocio. Desde 2004, lidera la oficina de Stanton Chase en Panamá, posicionando a la firma como referente en selección de talento ejecutivo en Centroamérica y el Caribe.

Con más de 30 años de experiencia en recursos humanos, marketing y desarrollo de negocios, su trayectoria abarca desde la industria farmacéutica y de consumo masivo hasta proyectos regionales en servicios financieros y salud. Esta diversidad le ha permitido acompañar transformaciones complejas en entornos cambiantes, entendiendo que el verdadero motor del crecimiento sostenible es el talento humano.

En un contexto donde la tecnología redefine el trabajo y la inteligencia artificial revoluciona los procesos de selección, Uribe no pierde de vista lo esencialmente humano. Bajo su liderazgo, Stanton Chase ha incorporado herramientas de IA para optimizar evaluaciones, sin sacrificar el análisis profundo de la cultura organizacional ni el acompañamiento personal a candidatos y clientes. Para ella, la tecnología no sustituye la intuición ni la experiencia: las complementa.

Su enfoque ha sido clave para acompañar a organizaciones en procesos de reskilling, upskilling y alineación cultural en modelos híbridos, fomentando una cultura de aprendizaje continuo y liderazgo adaptativo. Destaca que la confianza se construye desde la autenticidad, la escucha y el respeto, valores que aplica tanto en su equipo como en las relaciones con los clientes.

El impacto de su trabajo se refleja en historias de transformación: desde acompañar a empresas familiares en su profesionalización, hasta integrar tecnología y talento en estrategias de crecimiento regional. Su mirada estratégica y su compromiso con la verdad han sido pilares de una carrera que sigue marcando pauta en la región.

Usted ha liderado procesos de selección ejecutiva en entornos cambiantes. ¿Cómo ha observado la evolución de las competencias digitales requeridas en los altos mandos dentro del contexto de transformación digital?

Lo que hemos observado en Stanton Chase es un cambio profundo en cómo se definen las competencias de liderazgo en la era digital. Si bien las capacidades técnicas siguen siendo clave, en los procesos de selección ejecutiva que lideramos, hemos visto que las habilidades blandas se han vuelto igual o incluso más determinantes para liderar transformaciones digitales con éxito.

Los líderes más efectivos que hemos colocado no solo entienden el lenguaje digital; también saben inspirar a sus equipos en momentos de cambio, comunicar con claridad y construir relaciones basadas en la confianza. A eso lo llamamos un modelo de liderazgo híbrido humano-digital: donde la inteligencia emocional se combina con visión tecnológica.

En cuanto a las competencias digitales, hay cuatro áreas que hoy marcan la diferencia: pensamiento estratégico basado en datos, comprensión aplicada de inteligencia artificial y machine learning, conciencia sobre la gobernanza de ciberseguridad y familiaridad con los conceptos clave detrás de los ecosistemas digitales. No se trata de que todos los líderes deban ser expertos técnicamente, pero sí deben comprender estos temas para tomar decisiones informadas, interactuar eficazmente con equipos especializados y liderar con credibilidad.

En líneas generales, lo que buscamos son líderes con fluidez digital y visión de negocio: personas capaces de conectar el mundo tradicional con el nuevo entorno tecnológico, y traducirlo en estrategia y acción.

También estamos viendo que la apertura al cambio y el aprendizaje continuo ya no son cualidades “deseables”; son esenciales. La tecnología, y en particular la inteligencia artificial, está avanzando a una velocidad vertiginosa. Como dijo el CTO de Amazon: “evolve or die”. En un entorno tan dinámico, las empresas que siguen siendo relevantes son aquellas que se atreven a evolucionar desde adentro. Porque lo que funcionó ayer no necesariamente nos llevará a donde necesitamos estar mañana. Para los líderes, no adaptarse ya no es una opción: es una amenaza directa a la relevancia y supervivencia de su negocio.

Desde su experiencia en Stanton Chase, ¿de qué forma la inteligencia artificial y la automatización están impactando la forma en que las empresas abordan el reclutamiento y la evaluación de talento?

En Stanton Chase hemos visto de primera mano cómo la automatización, y aún más la inteligencia artificial, están transformando de forma profunda la manera en que las empresas abordan el reclutamiento y la evaluación de talento. Estamos entrando en lo que llamamos un ecosistema de selección inteligente, donde cada etapa del proceso está siendo impactada, desde el análisis inicial de CV hasta las evaluaciones de desempeño, optimizadas por herramientas de IA.

Hoy, estos sistemas pueden analizar perfiles, cruzar habilidades con requerimientos específicos y ofrecer insights precisos para tomar mejores decisiones desde el principio. Incluso se utilizan para estandarizar pruebas técnicas, sintetizar feedbacks de entrevistas y construir perfiles integrales a partir de múltiples fuentes de datos.

Sin embargo, lo más interesante es que este avance tecnológico no ha hecho que el proceso sea menos humano. Al automatizar tareas repetitivas como la preselección o la coordinación logística, nuestros consultores pueden

dedicar más tiempo a lo que realmente importa: entender la cultura de cada organización, los retos de la posición, evaluar el encaje cultural del candidato y acompañar de forma personalizada a los postulantes.

Esta evolución también ha transformado nuestra propia forma de trabajar. Hemos incorporado IA en nuestras herramientas de evaluación, pero siempre con un enfoque claro: garantizar procesos justos, inclusivos y estratégicos. Como firma, estamos comprometidos con aprovechar la tecnología sin perder de vista lo esencialmente humano del liderazgo.

Eso sí, este nuevo panorama requiere adaptación de ambos lados. Los candidatos deben aprender a presentarse de forma más estratégica frente a algoritmos: usar palabras clave relevantes, mantener coherencia digital y destacar logros cuantificables. Las empresas, por su parte, deben equilibrar la eficiencia de la automatización con la intuición y el criterio que solo el contacto humano puede aportar. Porque la IA abre la puerta, pero seguimos siendo las personas quienes decidimos el ajuste de cada individuo al cargo y a la organización.

¿Qué estrategias considera claves para que las organizaciones integren con éxito programas de reskilling y upskilling en sus culturas corporativas, sin perder de vista el componente humano?

Integrar programas de reskilling y upskilling de forma efectiva requiere mucho más que ofrecer cursos o plataformas digitales. Implica construir una cultura que valore el aprendizaje como parte central del crecimiento organizacional.

En nuestra experiencia, las iniciativas más exitosas tienen algo en común: crean lo que llamamos una red de seguridad psicológica, donde las personas se sienten seguras para probar nuevas habilidades, equivocarse y aprender sin miedo a repercusiones. Esto está completamente alineado con el modelo de comportamiento COM-B, que propone desarrollar la Capacidad a través del entrenamiento, generar Oportunidad mediante espacios prácticos y activar la Motivación con liderazgo empático y reconocimiento entre pares.

Los líderes juegan un rol clave en este proceso. Deben modelar con el ejemplo, compartir sus propios aprendizajes y demostrar que equivocarse también es avanzar. Y, sobre todo, entender que el reskilling y upskilling no son proyectos aislados del área de Recursos Humanos: son una responsabilidad estratégica del negocio.

Otro aspecto fundamental es reconocer que no todos aprenden de la misma manera. No existe una fórmula única para el desarrollo de habilidades. Las organizaciones más efectivas implementan lo que llamamos una arquitectura de aprendizaje 360°, que combina distintos métodos: talleres presenciales para quienes aprenden haciendo,

módulos digitales para quienes prefieren avanzar a su ritmo, aprendizaje entre pares para perfiles colaborativos y mentoría personalizada para quienes crecen con guía directa.

Este enfoque suele seguir el marco 70-20-10: el 70 % experiencia —el aprendizaje ocurre en el trabajo—, el 20 % exposición —a través de la interacción con otros— y el 10 % formación formal. Así se garantiza que cada persona, sin importar su estilo de aprendizaje, tenga la oportunidad real de desarrollarse y evolucionar dentro de la organización.

Aquí también hay un llamado para los colaboradores: el aprendizaje no depende solo de lo que la empresa ofrece. Adoptar una actitud proactiva, buscar feedback, aprovechar oportunidades y asumir nuevos retos es lo que convierte a cada profesional en protagonista de su desarrollo. Aprender ya no es opcional; es una ventaja competitiva personal.

En su opinión, ¿cuáles son los principales retos que enfrentan hoy los líderes empresariales para mantener el talento motivado en modelos de trabajo híbrido o remoto?

Mantener al talento motivado en modelos híbridos o remotos no es un tema de supervisión, sino de conexión, claridad y propósito compartido.

Uno de los mayores retos que enfrentan hoy los líderes es lo que llamamos el paradigma conexión-productividad: cómo mantener al talento motivado, conectado y alineado en entornos donde ya no compartimos el mismo espacio físico, pero sí los mismos objetivos.

Desde nuestra experiencia con organizaciones de distintos sectores, hemos identificado cuatro desafíos clave que requieren un liderazgo más intencional, empático e innovador.

El primero es mantener la conexión auténtica entre personas y con la cultura organizacional. Antes ocurría de forma natural; hoy requiere diseño consciente.

Lo segundo es la comunicación: lograr un equilibrio sano y evitar silos de información entre quienes trabajan desde casa y quienes están en la oficina. Para que el modelo funcione, necesitamos múltiples canales y una comunicación abierta que fluya con claridad y constancia.

El tercer reto está en la alineación estratégica. En contextos híbridos, uno de los mayores riesgos es que las personas pierdan de vista hacia dónde va la organización. Es clave que cada colaborador tenga claridad sobre los objetivos comunes, metas y cómo su trabajo diario contribuye al propósito mayor. En pocas palabras, que todos estén remando hacia el mismo lado.

El cuarto desafío es la gestión del desempeño. Los líderes necesitan nuevas formas de medir la productividad con

critérios justos, ofrecer retroalimentación significativa en entornos virtuales y asegurar que cada contribución esté directamente conectada con los resultados del negocio.

Motivar equipos en este nuevo contexto requiere más que flexibilidad. Requiere líderes que comuniquen con intención, alineen con claridad y generen espacios donde cada persona entienda su rol en el éxito colectivo.

Usted ha liderado la expansión de Stanton Chase en Panamá y Centroamérica. ¿Cuáles considera que han sido los principales factores de éxito en este proceso de crecimiento y posicionamiento?

En nuestra experiencia, el crecimiento sostenible y el posicionamiento sólido en el mercado dependen de un principio fundamental: estar profundamente enfocados en nuestros clientes y en la evolución real de sus necesidades. El éxito no se trata solo de entregar lo que nos piden, sino de convertirnos en socios estratégicos capaces de anticipar retos y oportunidades que a veces ellos mismos aún no ven venir.

Lo que ha marcado la diferencia en nuestra expansión en Panamá y Centroamérica es precisamente ese enfoque de aliados. No trabajamos desde la reacción, sino desde la guía. Acompañamos a nuestros clientes a lo largo de todo su camino en la gestión del talento, agregando valor desde una comprensión profunda de su negocio, su industria y sus desafíos particulares.

Por ejemplo, hemos trabajado durante años con una empresa que pasó de ser un negocio familiar a convertirse en una organización profesionalizada, con estructuras más complejas y nuevos desafíos de liderazgo. Fuimos parte activa de esa transformación, ayudándolos a atraer el talento adecuado en momentos clave y a tomar decisiones estratégicas sobre cómo debía evolucionar su equipo directivo.

Otro factor que nos diferencia es cómo abordamos el hunting. En un contexto donde plataformas como LinkedIn o herramientas de IA han facilitado el acceso a perfiles visibles, nuestro trabajo va mucho más allá. Nos especializamos en encontrar a esas personas que no están expuestas, en mapear estructuras organizacionales completas y en guiar a nuestros clientes cuando lo que buscan —tal como lo imaginan— no existe en el mercado, compartiéndoles información y benchmark que les permita tomar decisiones con base en la realidad. En esos casos, generamos opciones gracias a los mapeos, mostramos qué perfiles están realmente disponibles dentro de sus parámetros, identificamos talento que se alinea con su cultura y proponemos alternativas que quizá no habían considerado, pero que pueden ser igual o incluso más efectivas.

Esa capacidad de ampliar la visión del cliente y construir soluciones a medida es, hoy más que nunca, una ventaja estratégica.

Pero más allá de procesos y resultados, creo que el verdadero motor del crecimiento ha sido algo más simple: la honestidad, transparencia y cercanía con el cliente. En Stanton Chase trabajamos con comunicación abierta y directa, tanto con nuestros clientes como dentro del equipo. No se trata de decir lo que el cliente quiere oír, sino lo que realmente necesita saber. Y eso solo es posible porque internamente operamos como un equipo unido, que se apoya, se reta y se impulsa mutuamente. Esa coherencia entre cómo trabajamos por dentro y cómo acompañamos por fuera es, en muchos sentidos, nuestra mejor carta de presentación.

La transformación digital exige nuevas capacidades de liderazgo. ¿Qué características debe tener hoy un líder para ser efectivo en un entorno digital y tecnológico?

Desde nuestra experiencia en procesos de transformación, los entornos digitales demandan un liderazgo diferente, que va más allá de la experiencia técnica o jerárquica. Hoy, liderar con efectividad implica adaptarse con agilidad, aprender continuamente y mantener la cohesión del equipo, incluso ante la incertidumbre. Esta capacidad de evolución constante es esencial para afrontar con éxito los desafíos de la transformación digital.

Además, un líder actual debe tener una visión estratégica hacia lo digital, identificando qué tecnologías aportan verdadero valor y cómo integrarlas en el negocio. También requiere empatía digital, es decir, la habilidad de liderar con cercanía en entornos híbridos, fomentar la colaboración remota y comunicarse con claridad. En definitiva, liderar hoy es crear culturas donde personas e innovación prosperen juntas, combinando adaptabilidad, estrategia tecnológica y humanidad.

Desde su perspectiva humana, ¿qué valores personales considera fundamentales para construir relaciones de confianza duraderas con los clientes y con los equipos de trabajo?

Desde mi experiencia, la base para construir relaciones de confianza duraderas —ya sea con clientes o equipos— es la autenticidad. Ser auténtico implica mostrarse con verdad, apertura y sin pretensiones, lo que permite desarrollar comportamientos clave como la comunicación honesta y respetuosa, incluso en situaciones difíciles. La confianza se fortalece cuando hay espacio para la verdad, se reconoce cuando los resultados no son los esperados y se enfrenta con responsabilidad.

Escuchar de verdad, con empatía y sin juicio, también es fundamental, así como actuar con coherencia entre lo que se dice, se hace y cómo se trata a los demás, sin importar jerarquías. A esto se suma el respeto profundo hacia todas las personas como valor humano esencial. En conjunto, estos principios permiten construir relaciones genuinas que trascienden lo profesional. La confianza, en definitiva, no se impone; se cultiva cada día y, más que una estrategia, representa una forma de ser.



PROGRAMA

LIDERAZGO INTELIGENTE EN LA ERA DIGITAL

Comprenderás el **impacto de la IA en el liderazgo** y la gestión organizacional.
Aprenderás a diferenciar entre **IA Generativa y Aprendizaje Automático** y sus aplicaciones prácticas.

CONTACTO



+52 667 176 6803



Whatsapp:



“El futuro pertenece a los que se atreven a hackearse primero”.

Ph.D MARCELO MUÑOZ ROJAS
DIRECTOR DEL PROGRAMA

³⁰ FACTOR DE ÉXITO
AVALADO POR LA UNIVERSIDAD DE SAN MIGUEL

MÁS INFORMACIÓN

PAN





Guillermo González Pimiento

Fundador y CEO de Human to Human Hub

La humanización digital:
El puente entre tecnología y talento

"La transformación digital solo funciona si la gente siente que es para ellos y que los hace crecer. Por eso, mi misión es ayudar a convertir lo digital en algo útil, humano y, sobre todo, rentable para cada persona y empresa."

Con más de 15 años forjando su experiencia en dirección estratégica corporativa, Guillermo González Pimiento tomó en 2018 una decisión transformadora: renunciar a su carrera como empleado para dedicarse a su verdadera pasión, compartir conocimiento. Esta transición marcó el nacimiento de Aprendamos y posteriormente Human to Human Hub, empresas que hoy capacitan a profesionales y organizaciones en más de 67 países.

Su trayectoria previa en sectores que abarcan desde telecomunicaciones hasta tecnología le proporcionó una visión única sobre la importancia de humanizar lo digital. Como líder en estrategias de experiencia de cliente, ventas y alianzas, Guillermo desarrolló su metodología de "Venta Silenciosa", revolucionando la forma en que profesionales atraen oportunidades sin recurrir a tácticas intrusivas.

Reconocido como LinkedIn Top Voice y creador del post más viral en español en la plataforma, sus estrategias de posicionamiento digital han sido implementadas por referentes de la industria como Vilma Núñez, Maider Tomasena y Sebastián Lora. Su enfoque ha atraído la atención de corporaciones como Amazon Web Services, HP, L'Oréal, Nestlé, Grupo Éxito y Bancolombia, que han confiado en su asesoría para potenciar su presencia digital.

En esta edición dedicada al Capital Humano y Transformación Digital, González comparte su visión sobre cómo las organizaciones pueden adoptar tecnologías emergentes sin perder su esencia humana. Su filosofía "no compito, comparto; no persigo, atraigo; no vendo, conecto" representa un cambio paradigmático en la forma de entender el liderazgo digital contemporáneo, donde la autenticidad y el propósito son los verdaderos diferenciadores en un mundo cada vez más automatizado.

Con más de 15 años de experiencia en dirección y desarrollo de estrategias empresariales antes de emprender, ¿qué insights clave de su trayectoria corporativa le han resultado más valiosos al momento de asesorar a profesionales y empresas en su transformación digital?

Mi etapa en el mundo corporativo fue el laboratorio donde aprendí que, sin propósito y personas comprometidas, la mejor estrategia digital se queda corta. Lo más valioso que me llevó es la obsesión por escuchar al cliente (interno y externo), la capacidad de traducir lo complejo en pasos accionables y, sobre

todo, la importancia de crear culturas abiertas al cambio, no solo adoptar tecnología por moda.

Hoy, cuando asesoro a líderes y equipos, mi foco es conectar estrategia digital con mentalidad, autenticidad y resultados reales. La transformación digital solo funciona si la gente siente que es para ellos y que los hace crecer. Por eso, mi misión es ayudar a convertir lo digital en algo útil, humano y, sobre todo, rentable para cada persona y empresa.

Su metodología de "Venta Silenciosa" ha revolucionado la forma en que muchos profesionales atraen oportunidades. ¿Cómo se adapta este enfoque al contexto actual de transformación digital y qué elementos tecnológicos la potencian?

La Venta Silenciosa nació justamente porque el mundo digital está saturado de ruido y de vendedores persiguiendo clientes. Hoy, más que nunca, cuando recibimos más de 30000 impactos en digital al día, quien destaca es quien sabe atraer en vez de perseguir.

Mi metodología se adapta perfecto a este contexto porque parte de algo esencial: construir autoridad y confianza a través de contenido de valor, conversaciones auténticas y comunidad, no solo de mensajes masivos o automatizaciones deshumanizadas.

La tecnología juega a nuestro favor cuando la usamos para amplificar nuestro mensaje, segmentar mejor y automatizar lo repetitivo, pero sin perder la humanidad. Herramientas como LinkedIn, la IA para analizar audiencias, y mi método de Contenido Infinito permiten que cada profesional cree una presencia magnética, visible 24/7, y que los clientes lleguen precalificados.

La Venta silenciosa hoy es posible porque la tecnología nos da alcance, pero el fondo sigue siendo conectar desde la autenticidad y el propósito. Esa es la fórmula que realmente convierte.

Ha mencionado que sus contenidos han alcanzado a más de 200.000 profesionales en 67 países. ¿Qué datos o métricas específicas ha observado sobre cómo está evolucionando la adopción digital en Latinoamérica comparada con otras regiones?

En los últimos años he visto y medido cómo Latinoamérica está acelerando su transformación



digital. Hoy, la región ya supera los 100 millones de usuarios en LinkedIn, y el mercado digital crece a doble dígito cada año. Pero lo más interesante no son solo los números, sino cómo se vive este cambio: mientras en otras regiones la adopción digital suele ser más técnica, aquí los profesionales buscan que la tecnología les ayude a conectar, inspirar y reinventarse.

Por ejemplo, en mis propios programas y campañas, he notado que el engagement y la conversión en Latinoamérica superan en promedio un 10% a mercados más maduros. Hay hambre real de aprender y de usar las plataformas para crear comunidad y oportunidades. Eso sí, seguimos peleando con el miedo al cambio y cierta obsesión con los títulos, pero cuando los latinos apuestan por lo digital, lo hacen con una energía única.

Hoy, casi el 60% de las empresas de la región ya exploran inteligencia artificial para potenciar su presencia y ventas. Esto, sumado al crecimiento del sector digital, demuestra que Latinoamérica está lista para jugar en las grandes ligas digitales. El reto ahora es ayudarles a romper creencias limitantes y aprovechar el momento para construir marcas auténticas y rentables usando lo mejor de la tecnología.

Desde su perspectiva como LinkedIn Top Voice y con un post reconocido como el más viral en español, ¿cómo ve la evolución de las plataformas profesionales en el ecosistema digital y qué tendencias emergentes deberían tener en cuenta los líderes empresariales?

Como LinkedIn Top Voice y alguien que ha vivido la evolución de la plataforma desde hace 15 años, veo que el ecosistema digital

profesional está dejando de ser solo un espacio de currículums y networking frío. Hoy, LinkedIn y otras plataformas se están convirtiendo en verdaderos escenarios de influencia, comunidad y generación de oportunidades en tiempo real.

Las tendencias clave que deberían tener en el radar los líderes empresariales son tres:

Primero, el auge del contenido humano y auténtico. Los posts que conectan desde la experiencia real y la vulnerabilidad son los que hoy generan posicionamiento y oportunidades negocio.

Segundo, la integración de IA y automatización inteligente, que permite escalar la presencia digital sin perder la voz propia, siempre y cuando se use con criterio, humanizando y sin perder la autenticidad (como hago con mi método de Contenido Infinito).

Tercero, la importancia de la comunidad: las plataformas ya no premian solo a quienes publican, sino a quienes crean redes de valor, colaboran y comparten conocimiento.

Los líderes que quieran trascender necesitan dejar de ver lo digital como un “extra” y convertirlo en el centro de su estrategia de visibilidad, reputación y ventas. La era del experto solitario terminó; hoy gana quien construye comunidad, comparte su propósito y se apoya en tecnología para amplificar su impacto real.

Su empresa acepta exclusivamente procesos de contratación remotos o híbridos. ¿Qué tecnologías o plataformas considera esenciales para garantizar una gestión efectiva del capital humano en estos modelos de trabajo?

En mi empresa apostamos por modelos remotos e híbridos porque creemos que el talento no tiene fronteras. Pero para que funcione, no basta con tener Zoom o WhatsApp: necesitas un ecosistema digital que permita colaboración real, seguimiento transparente y cultura de equipo, aunque estemos a miles de kilómetros.

Las tecnologías esenciales que usamos y recomendamos son:

Herramientas de gestión de proyectos como Clickup, que nos permiten organizar tareas, documentar procesos y asegurar accountability sin micromanagement.



Plataformas de comunicación interna como grupos por tema, para conversaciones ágiles y centralizadas.

Herramientas de automatización y seguimiento de desempeño, que integran IA para análisis de productividad y bienestar (como Google Workspace, Vimeo, Kajabi, ClickUp, Calendly y dashboards automáticos).

Y, por supuesto, LinkedIn, no solo para atraer talento sino para fortalecer la marca empleadora y la cultura de aprendizaje continuo.

La clave no está solo en la tecnología, sino en combinar estas plataformas con una gestión humana, empática y basada en propósito. Así el equipo se siente parte de algo grande, incluso trabajando a distancia.

Ha trabajado con empresas de diversos sectores como Amazon Web Services, HP, L'Oréal y Bancolombia. ¿Qué diferencias significativas ha observado en la forma en que distintas industrias abordan la transformación digital, especialmente en el ámbito financiero y tecnológico?

He tenido el privilegio de ayudar a empresas líderes en tecnología, retail, consumo y sector financiero, y te puedo decir que el enfoque hacia la transformación digital varía mucho según la industria y la mentalidad de liderazgo.

En tecnología, la adopción suele ser más ágil y experimental; hay apertura a probar, fallar y corregir.

rápido. Los equipos entienden que lo digital no es solo herramientas, sino una cultura de mejora continua y aprendizaje.

En el sector financiero he visto un enfoque más regulado en normas externas, donde la transformación se da con pasos más calculados y un fuerte énfasis en seguridad, cumplimiento y gestión del cambio cultural.

Lo curioso es que, pese a sus diferencias, ambos sectores ya saben que el futuro no es solo digitalizar procesos, sino humanizar la experiencia, tanto para empleados como para clientes.

La gran lección es que la tecnología por sí sola no transforma nada. Son las personas, la apertura a la innovación y la capacidad de alinear la tecnología con el propósito del negocio lo que realmente marca la diferencia, sin importar la industria.

Su enfoque de "no competir, sino compartir" desafía muchos paradigmas tradicionales. ¿Cómo cree que la tecnología blockchain y las nuevas economías colaborativas están redefiniendo este principio en las cadenas de suministro y ecosistemas empresariales?

No me considero un experto en blockchain, pero sí soy un convencido del poder de compartir por encima de competir. Hoy, tecnologías como blockchain y las nuevas economías colaborativas están acelerando esa visión.

Por ejemplo, en Aprendamos usamos blockchain para certificar la autenticidad de los diplomas de nuestros alumnos. Así, la confianza y la transparencia se vuelven parte del proceso formativo y del valor que entregamos a la comunidad.

Creo que la gran revolución es que la tecnología ya permite construir cadenas de valor abiertas, donde los actores suman en vez de restar. Blockchain, las DAO y otras plataformas colaborativas están demostrando que compartir información, recursos y validaciones no solo es más eficiente, sino que genera mayor confianza y crecimiento para todos.

En los ecosistemas empresariales de hoy, quienes se atreven a colaborar, a sumar talento y a construir redes transparentes, terminan ganando más. La tecnología es solo el habilitador; el cambio real empieza en la

mentalidad. Compartir es el nuevo competir, y eso, para mí, es el futuro.

En un mundo donde la IA y la automatización avanzan rápidamente, ¿qué habilidades humanas considera que se volverán más valiosas y cómo pueden los profesionales cultivarlas mientras abrazan la transformación digital?

Mientras la inteligencia artificial y la automatización avanzan, lo que realmente nos diferencia y nos hará insustituibles son las llamadas "power skills". Más allá de lo técnico, estas habilidades humanas —como la empatía, la creatividad, la comunicación efectiva, la adaptabilidad y el pensamiento crítico— serán el mayor activo en cualquier profesión.

En mi experiencia, quienes triunfan en lo digital no son solo los que dominan plataformas o algoritmos, sino quienes saben escuchar, conectar, persuadir y liderar en medio de la incertidumbre. La IA puede automatizar tareas, pero nunca va a reemplazar una historia bien contada, una relación de confianza, o la capacidad de resolver conflictos con humanidad.

Mi consejo es invertir en el desarrollo de estas habilidades todos los días: pidiendo feedback, buscando espacios de mentoría, practicando el storytelling, aprendiendo a colaborar y tomando decisiones éticas. La tecnología cambia rápido, pero las power skills son las que permiten abrazar cualquier transformación digital y convertirla en oportunidades reales.

Desde lo personal, ¿cuál considera que ha sido su mayor logro humano en este camino emprendedor y qué legado espera dejar en las personas que han pasado por sus capacitaciones y mentorías?

Mi mayor logro humano en este camino ha sido demostrarme, y demostrarles a otros, que sí se puede vivir de tu propósito sin perder tu autenticidad, tu familia ni tu paz. Logré romper con el miedo al "qué dirán" y al modelo tradicional de éxito, y hoy mi mayor orgullo es ver a exalumnos y mentoreados que no solo venden más, generan más ingresos, o tienen mejores puestos, sino que viven alineados con su pasión y ayudan a otros a hacer lo mismo.

El legado que quiero dejar es simple: que cada persona que pase por mis manos entienda que su

historia, por más imperfecta o rebelde que parezca, puede convertirse en su mayor ventaja. Quiero que vean que el éxito real es multiplicar propósito, comunidad y prosperidad, y que lo digital, bien usado, puede ser el trampolín para dejar huella y servir a más gente sin sacrificar lo que más amas.

Mirando hacia el futuro, ¿qué innovaciones tecnológicas cree que tendrán el mayor impacto en la intersección entre capital humano y transformación digital en los próximos cinco años?

Veo que en los próximos cinco años la gran revolución vendrá de la integración real entre inteligencia artificial, automatización ética y tecnología de talento. Herramientas como la IA generativa, el análisis predictivo de datos y plataformas de aprendizaje personalizado van a transformar cómo identificamos, desarrollamos y potenciamos el capital humano.

Veremos el auge de agentes virtuales que ayudan a cada profesional a crecer, plataformas que detectan y potencian habilidades humanas (las famosas power skills), y sistemas de gestión que usan datos para crear equipos más diversos, creativos y alineados con propósito.

Pero el mayor impacto vendrá de quienes usen esta tecnología para humanizar, no para reemplazar. El futuro del capital humano será de quienes logren combinar la analítica y la IA con culturas de confianza, aprendizaje y liderazgo auténtico. Lo digital potenciará lo humano, esa es la innovación que realmente cambiará la historia en las organizaciones.

La visión de González trasciende lo puramente técnico para centrarse en un legado transformador: demostrar que es posible alinear propósito, autenticidad y tecnología para crear impacto genuino. En un mundo cada vez más automatizado, su mensaje resuena con fuerza: las "power skills" — empatía, creatividad, adaptabilidad— serán nuestro mayor activo diferenciador. A través de su trabajo, nos invita a repensar el futuro del liderazgo como un equilibrio entre innovación digital y conexión humana, recordándonos que la tecnología más poderosa es aquella que amplifica nuestra humanidad, no la que intenta reemplazarla.



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

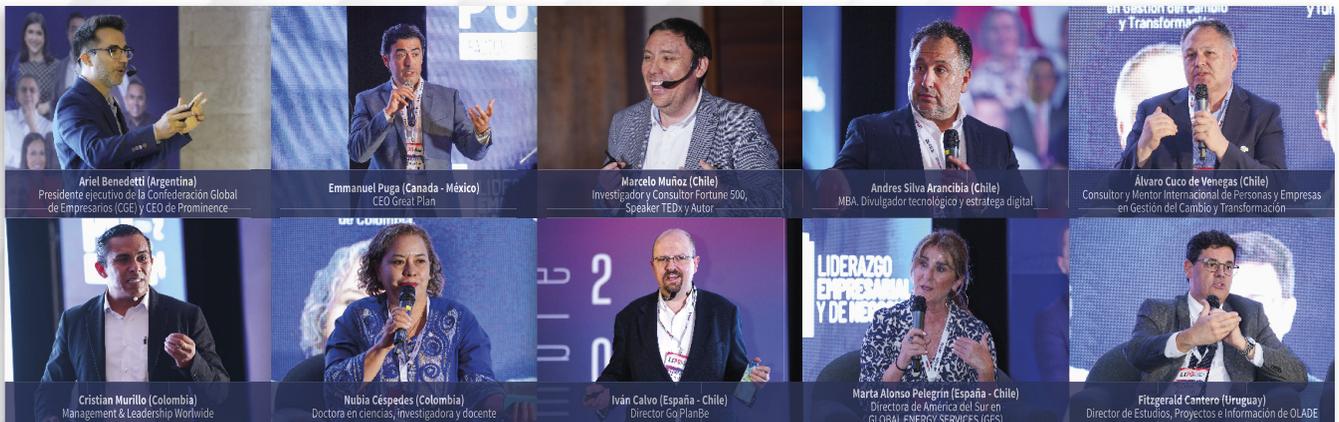
estratégicas, explorar nuevas perspectivas empresariales y contribuir activamente al desarrollo sostenible de la región.

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.



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 compartimos 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.”

¿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



Aval

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

www.wefecuador.com

Auspicia



Coopera



Colaboran



ORIFLAME

ATREVIA

Avalan



Media Partners



Impulsan:



A man with a mustache, wearing a light blue blazer over a white shirt, sits at a wooden desk in a library. He is looking directly at the camera with a slight smile. His hands are resting on a laptop. The background is filled with wooden bookshelves containing many 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.

Tecnología como motor de crecimiento

La división comercial de C&W Business inicia en Penonomé su “Workshop de tecnología para empresarios visionarios”, un recorrido por Chitré, Santiago y David que acercará a las empresas del interior a soluciones de conectividad, ciberseguridad, nube e inteligencia artificial.

En un entorno empresarial cada vez más digital, Cable & Wireless Business anunció el inicio de la gira “Workshop de tecnología para empresarios visionarios”, una serie de encuentros en ciudades clave del interior de Panamá que busca impulsar la competitividad y sostenibilidad de las empresas locales.

El primer evento tendrá lugar en Penonomé, para luego continuar en Chitré, Santiago y David, con espacios de capacitación, networking y demostraciones en vivo de productos y soluciones tecnológicas.

Conectividad e innovación al alcance de las pymes

La gira ofrecerá a los asistentes una experiencia integral en torno a equipos de computación, ciberseguridad, soluciones en la nube, WiFi empresarial e inteligencia artificial, herramientas que hoy son esenciales para garantizar eficiencia, seguridad y toma de decisiones ágiles en los negocios.

“La tecnología nos permite acercarnos como aliados estratégicos en la sostenibilidad empresarial. Nuestro compromiso es garantizar la continuidad de los negocios mediante entornos seguros y conectividad avanzada”, destacó Danilo Fernandes, Vicepresidente de Negocios Corporativos B2B de C&W Business.

Plataforma para el futuro digital

Los workshops se consolidan como una plataforma dinámica para empresarios visionarios, con la participación de marcas líderes del mercado que mostrarán tendencias y soluciones aplicadas a sectores clave como la agroindustria, el turismo, la manufactura, la automotriz y los servicios.

Además de la oferta tecnológica, los asistentes podrán interactuar directamente con expertos y explorar modelos de negocio

innovadores que potencien crecimiento, productividad y rentabilidad.

Empresas del interior, protagonistas de la transformación digital

Con esta iniciativa, C&W Business busca acercar las últimas tendencias en transformación digital al corazón productivo del país, brindando a las empresas del interior la oportunidad de adoptar soluciones modernas, robustas y escalables que les permitan competir en un mercado global cada vez más desafiante.



Telemedicina con sello panameño: país lidera innovación en servicios digitales de salud

Panamá se convirtió en el primer país de las Américas en adaptar y aplicar la herramienta regional de autoevaluación de competencias en telemedicina, un avance respaldado por la OPS/OMS, el MINSA y el Banco Mundial, que marca un precedente para toda la región.

Panamá llevó a cabo el Taller Nacional: Autoevaluación de Competencias para la Prestación de Servicios de Telemedicina, un evento que lo posiciona como pionero regional en la implementación de esta herramienta lanzada a inicios de 2025 por la OPS/OMS.

Con este logro, el país no solo consolida su liderazgo en salud digital, sino que también abre camino a otros Estados de la región que busquen replicar el modelo.

Respaldo internacional y visión a futuro

El taller contó con el respaldo del Ministerio de Salud (MINSA), la OPS/OMS y el Banco Mundial, en el marco de la Alianza por la Atención Primaria de Salud (AxAPS). Esta iniciativa forma parte del Programa de Alfabetización Digital, cuyo propósito es fortalecer las competencias de los equipos de salud para garantizar una transición segura y sostenible hacia la telemedicina.

“Esta herramienta permite reflexionar sobre las competencias que ya se poseen y aquellas que requieren fortalecimiento, para brindar servicios más seguros y de mayor calidad”, destacó la Dra. Ana Rivière Cinnamond, representante de la OPS/OMS en Panamá.

Una hoja de ruta 2025–2030 para transformar la salud

La autoevaluación se integra a la Estrategia Nacional de Transformación Digital del Sector Salud (2025–2030), que incluye seis líneas estratégicas: gobernanza multisectorial, gestión de datos, interoperabilidad tecnológica, intercambio de conocimiento, uso de inteligencia artificial y telemedicina.

Con esta visión, Panamá busca consolidar un sistema de salud más inclusivo, equitativo y eficiente, capaz de llegar a las comunidades más apartadas.

Innovación con enfoque humano

La OPS/OMS enfatizó que la transformación digital no es únicamente un desafío tecnológico, sino una oportunidad de equidad. “Es una oportunidad para mejorar la calidad y el acceso a los servicios de salud para todas las personas, sin importar dónde vivan”, subrayó la Dra. Rivière.

El proceso también contará con la asistencia técnica y estratégica del Banco Mundial, que acompañará al país en la construcción de un modelo de salud digital referente para la región.



A portrait of Diego Ledesma, a man with a beard and glasses, wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. He is smiling and looking towards the camera. The background is dark.

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, Humagement, 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 Humagement 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

e 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.

Emilce Loaiza

HR Manager de Active Re

Vocación por el talento, compromiso con el propósito

Desde la evaluación del desempeño hasta la movilidad internacional, esta líder cuenta con una visión integral que revela las claves para que R.R.H.H. se convierta en motor de cambio y desarrollo organizacional.

En un entorno donde atraer, desarrollar y fidelizar talento se ha convertido en una prioridad estratégica para las empresas, el rol del área de Recursos Humanos cobra una relevancia cada vez mayor. Factor de Éxito conversó con Emilce Loaiza, líder en gestión del capital humano, cuya trayectoria de más de 20 años en compañías multinacionales y estructuras diversas la ha posicionado como una aliada clave en la transformación organizacional.

Su enfoque integra eficiencia operativa, liderazgo empático y una visión de largo plazo para crear culturas sostenibles, impulsar el desarrollo de carrera y conectar a las personas con el propósito del negocio. En esta entrevista, Emilce comparte buenas prácticas, aprendizajes y los indicadores que marcan la diferencia en un área que hoy impacta directamente en la competitividad empresarial.

“Mi inspiración para seguir construyendo ambientes de trabajo colaborativos y eficientes surge de la profunda

convicción que las organizaciones exitosas se construyen con estrategias definidas y con personas comprometidas y conectadas con un propósito. A nivel global, estamos observando una transformación profunda en la forma de trabajar y uno de los principales retos es equilibrar la eficiencia operacional con el bienestar de las personas. Estoy convencida que los entornos laborales pueden y deben ser un lugar de realización y desarrollo personal y colectivo”, expresa.

A lo largo de su trayectoria profesional, lo que más satisfacción le genera, además de los retos y logros alcanzados, es el legado que deja en cada organización y en cada persona con la que ha tenido el privilegio de colaborar y que cada una de sus acciones se distinguen por mantener la objetividad, enfoque empático e integridad.

“Para mí, contribuir al crecimiento de otros y fortalecer culturas organizacionales sostenibles es la verdadera medida del éxito profesional”, sostiene.

Emilce ha tenido la oportunidad de liderar estrategias con un impacto positivo, aquellas que combinan visión a mediano - largo plazo con una ejecución centrada en las personas.

Destaca tres pilares:

1. Evaluación del desempeño con enfoque en feedback continuo, no solo evaluar lo cuantitativo, también hay que evaluar lo cualitativo e identificar necesidades de formación, mentoría, etc.

2. Planes de desarrollo de carrera, con promociones a nuevos cargos, explorar nuevas áreas de desarrollo o asignación de proyectos especiales; estos planes deben ir siempre alineados con los objetivos profesionales de las personas y de la organización.

3. Cultura de aprendizaje continuo, enfocada en formación técnica del puesto, desarrollo de competencias y tecnología.

“Estas estrategias no solo desarrollan talento, lo fidelizan y lo convierten en un agente de cambio dentro en las organizaciones”, explica.

En un entorno laboral cada vez más globalizado, para Loaiza, la clave para abordar la movilidad del talento local e internacional sin perder la cohesión cultural de las empresas está en construir una cultura organizacional sólida pero adaptable, que funcione como un lenguaje común más allá de las fronteras.

“El sector de Reaseguros, también conocida como la industria del conocimiento, utiliza un modelo de negocio global que requiere de profesionales altamente calificados y con una amplia experiencia. La movilidad y la búsqueda de talento en diferentes ubicaciones nos facilita la atracción de talento, convirtiéndose en oportunidades de desarrollo profesional y crecimiento, lo que aumenta la satisfacción y el compromiso de las personas. También nos permite adaptarnos rápidamente a los cambios del mercado y a las necesidades del negocio. Al mover talento en las organizaciones, se puede responder de manera más ágil a nuevas oportunidades y desafíos”, indica.

La visión de Emilce sobre cómo se puede promover una movilidad ordenada, está basada en tres principios: 1- Claridad en los valores corporativos. 2- Comunicación constante y sistemas de TI colaborativos y accesibles. 3- Liderazgo empático y diverso, capaz de conectar con equipos multiculturales.

“Para el 2030 se espera que el negocio de reaseguros seguirá requiriendo profesionales con conocimientos específicos y especializados, habilidades para utilizar plataformas y herramientas digitales y competencias como la agilidad, adaptabilidad, adopción de la innovación y poder trabajar en funciones y equipos transversales”, añade.

Uno de los mayores retos que ha encontrado al implementar programas de sucesión y desarrollo de carrera en organizaciones con estructuras diversas, como multinacionales y negocios familiares, ha sido equilibrar la implementación de procesos con el respeto por la identidad y dinámica propia de cada organización.

“En empresas multinacionales, el desafío suele ser la estandarización desde casa matriz, sin perder la sensibilidad local. En negocios familiares, el reto es lograr la gobernanza corporativa sin perder la visión de los fundadores o propietarios. En ambos casos es importante considerar:

Diagnósticos culturales profundos antes de diseñar los programas. Una gestión del cambio con liderazgo cercano”, subraya.

En su rol como socia estratégica del negocio, Recursos Humanos debe traducir su impacto en métricas claras. Para Loaiza, hablar el lenguaje del negocio implica identificar y utilizar indicadores clave que evidencien el valor tangible del área ante la alta dirección.

Algunos indicadores de gestión que utiliza son:

1. Employee Net Promoter Score

2. Turnover

3. Tiempos de contratación y número de vacantes disponibles.

4. Horas invertidas en programas de aprendizaje.

5. Ejecución y forecast del presupuesto de Recursos Humanos.

“Estos indicadores permiten demostrar que Recursos Humanos es un área que aporta valor y sostenibilidad a las empresas”, concluye.



Sandra Marcucci

Gerente general de Panama Journeys

Liderar desde la escucha y la visión compartida

Escuchar, inspirar y alinear son pilares para crear entornos donde la motivación fluye naturalmente.

El turismo cuenta con un entorno muy dinámico y competitivo, es por ello que, el liderazgo tradicional basado en el control ha dado paso a nuevas formas de gestión donde la escucha activa, la claridad de propósito y la visión compartida se convierten en los verdaderos motores del crecimiento. Desde su rol como gerente general de Panama Journeys, Sandra Marcucci compartió con Factor de Éxito cómo ha transformado más de dos décadas de experiencia en un estilo de liderazgo cercano, adaptable y profundamente humano.

Con un enfoque que prioriza la confianza, el reconocimiento y la conexión auténtica entre los miembros del equipo, ha logrado construir una cultura colaborativa en la que la motivación no se impone, sino que fluye. Habla también sobre los retos de representar a Panamá como destino en

ferias internacionales, la importancia de conocer a fondo el país para transmitirlo con credibilidad y el compromiso diario que la impulsa a dar lo mejor de sí. Esta conversación revela cómo liderar con coherencia, sentido y visión colectiva puede marcar la diferencia en una industria en constante transformación.

“A lo largo de más de 20 años liderando equipos y operaciones en distintos sectores y países, uno de los aprendizajes más valiosos ha sido mantenerme siempre abierta a aprender y a adaptarme. Cada país, cada empresa y cada etapa traen desafíos únicos, y estar dispuesta a asumirlos con apertura y compromiso ha sido clave para crecer personal y profesionalmente. Entendí que la resiliencia no se trata de evitar errores o conflictos, sino de afrontarlos con madurez y salir fortalecida. También comprendí

que liderar no es tener todas las respuestas, sino saber inspirar, brindar dirección clara y crear las condiciones para que las personas den lo mejor de sí. Al final, los logros sostenibles no se alcanzan desde el control, sino desde la visión, la coherencia, la escucha y la capacidad de construir equipos comprometidos con un propósito común”, expresa.

Sandra, desde su más reciente experiencia como gerente general de Panama Journeys, ha tenido el reto y la oportunidad de liderar un equipo pequeño pero multifuncional, en un entorno altamente dinámico como lo es el sector turismo post-pandemia. Para lograr compromiso real, cree en tres pilares clave: claridad, conexión y reconocimiento.

Lo primero es alinear expectativas: que cada persona entienda no solo su rol, sino cómo su trabajo impacta directamente en los objetivos del negocio. Luego, fomentar un ambiente de confianza, donde todos puedan aportar ideas, sentirse escuchados y tener espacio para crecer. Finalmente, reconocer el esfuerzo y los logros, tanto individuales como del equipo.

“En la práctica, esto se traduce en un ambiente muy colaborativo en oficina, donde cada uno tiene claro su rol, pero todos nos ayudamos cuando es necesario, compartiendo ideas y buenas prácticas que mejoran el servicio y la experiencia de nuestros clientes. Tenemos reuniones quincenales para revisar producto, espacios informales para compartir y fortalecer vínculos, y cuando es posible, hacemos viajes internos para conocer de primera mano lo que ofrecemos. Eso genera pertenencia, compromiso y orgullo por lo que hacemos. He comprobado que cuando hay visión compartida, diálogo constante y respeto mutuo, la motivación deja de ser algo que se exige y se convierte en algo que fluye naturalmente”, enfatiza.

Para Marcucci, el mayor reto que ha enfrentado en su cargo ha sido asumir el compromiso de conocer a fondo el país para poder promocionarlo internacionalmente con propiedad, especialmente en ferias y eventos donde compiten con destinos que ya están posicionados globalmente. Superar ese reto ha requerido que invierta tiempo y energía en viajar por todo el país, visitar personalmente hoteles, proveedores, atracciones y experiencias, para asegurarse de que lo que ofrecen como empresa sea auténtico, confiable y competitivo. Solo con ese conocimiento directo se puede representar con credibilidad un destino frente a clientes internacionales y agentes especializados.

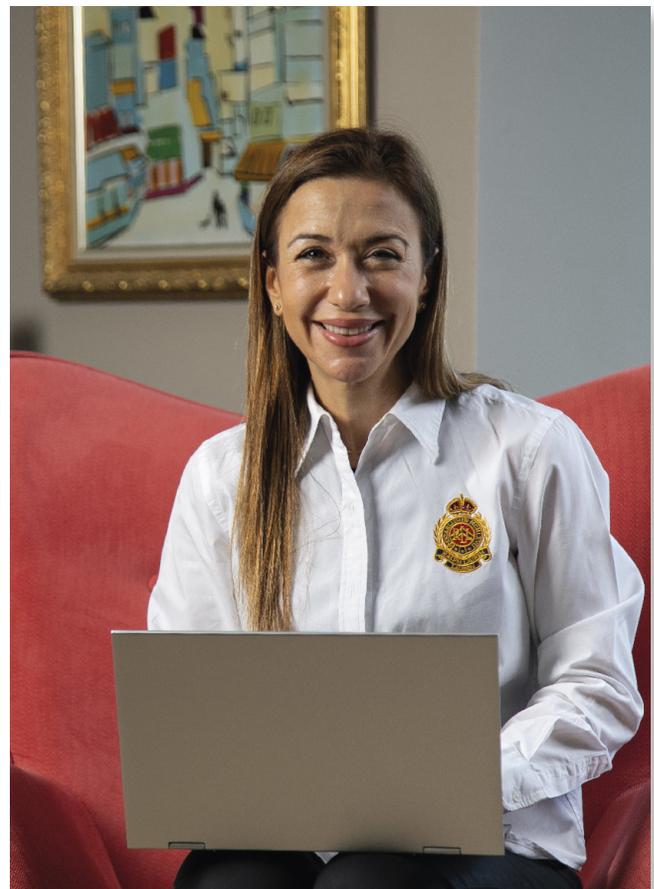
“Esto ha sido clave construir alianzas estratégicas con proveedores locales que comparten nuestra visión de servicio, calidad y atención al detalle. Esto nos ha permitido garantizar una operación coherente, ágil y alineada con los estándares que exigimos,

tanto a nivel comercial como en la experiencia del viajero”, añade.

La líder comparte lo que le impulsa a mantener un alto nivel de compromiso, enfoque y energía en su trabajo diario, “amar profundamente lo que hago. Tengo la gran fortuna de trabajar en una industria que me apasiona, como lo es el turismo, y al mismo tiempo la oportunidad de representar y vender un país que, aun sin haber nacido en él, siento como propio. Panamá me ha abierto las puertas, me ha permitido crecer profesionalmente y conocer personas maravillosas que hoy tengo la bendición de considerar familia”.

Además, añade que ha tenido la oportunidad de construir un equipo de trabajo con el que comparte una visión clara de crecimiento, excelencia y compromiso. Ellos le inspiran día a día con su entrega y pasión, y le impulsan a seguir adelante con enfoque y determinación.

“También me mueve profundamente la confianza que nuestros clientes depositan en nosotros. Personas que, muchas veces desde otros continentes, confían ciegamente en que diseñaremos viajes y experiencias memorables. Tener la posibilidad de ser parte de esos momentos y de dejar huella en los recuerdos de muchos viajeros, es una motivación constante para dar lo mejor, cada día”, finaliza.





EL TALENTO SENIOR COMO VALOR DIFERENCIAL

Gustavo dos Santos

Especialista en empleabilidad y transiciones de carrera

Resignificar la madurez profesional sabemos que implica un llamado a encontrar un sentido y propósito nuevo en la propia vida.

Hoy el talento senior sigue siendo un valor diferencial en la complejidad, ya que cuentan con recorridos y prácticas que permiten acompañar ese “hacer nuevo”.

Los líderes senior son verdaderos mentores que saben generar energía, fuerza, entereza mental para la incertidumbre y gestión de equipos para liderar en las crisis.

Hoy la riqueza de gestión y el liderazgo con resultados se potencia con equipos multigeneracionales y de alta diversidad.

La edad no define nuestro valor, capacidades y contribuciones. El talento no tiene edad!

Cada colaborador desde su talento representa una pequeña usina de aprendizaje que en la convivencia generacional puede multiplicar esos saberes.

Necesitamos reivindicar el valor del talento senior para actuar ante lo complejo y así ejercer una aceptación consciente de lo ambiguo y lo imposible, que requiere experiencias claras y potenciadoras para abrazar lo urgente.

Los nuevos paradigmas culturales y el desarrollo tecnológico nos movilizan

continuamente generando dudas, incomodidad y hasta frustración por no contar con las respuestas adecuadas a las nuevas realidades. Cambiaron las respuestas hoy frente a preguntas que siempre nos hicimos. Que en esas nuevas respuestas exista un marco claro para potenciar la convivencia generacional con integración de saberes.

Al talento senior lo define su carrera, sus logros, su nueva propuesta de valor, su liderazgo con sentido, su plasticidad para adaptarse a lo complejo e imposible.

Será hoy una tarea clave, contar con culturas inclusivas, integradoras, multigeneracionales con una mirada colectiva para un nuevo “saber hacer”.

Evolucionar es integrar para lograr resultados de impacto.





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

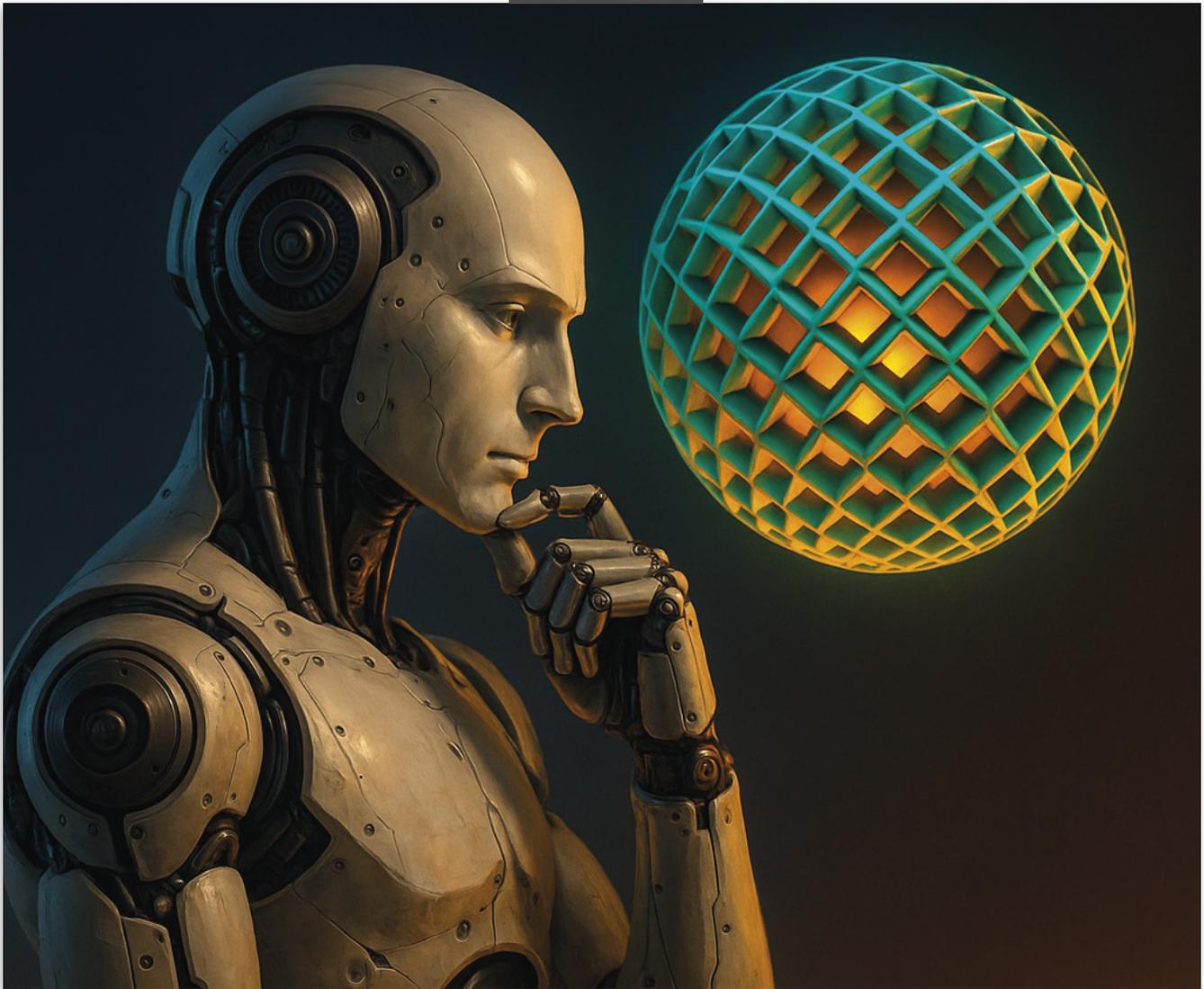
La IA sólo aporta valor sostenido si se ancla en la experiencia del usuario. De acuerdo con la encuesta ejecutiva sobre liderazgo en IA y datos 2025 publicada en HBR el 2 de enero de 2025, en 2024, directivos de 18 sectores coincidieron en que la mayor barrera a la monetización de la IA no es la tecnología, 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 Zermeño 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

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

EX **PO** **CUMBRE** 2025
FACTOR DE ÉXITO 5



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/luisarafaellaguzman/

