

GERENTE

WWW.GERENTE.COM

GERENTE COLOMBIA • REVISTA DE COLECCIÓN N° 287 • 2023



100 GERENTES MÁS EXITOSOS



PRECIO \$20.000



Solo unidos es posible construir el país que soñamos

Por eso, sumamos los esfuerzos de miles de empresas, trabajadores, proveedores, aliados, colaboradores y trabajamos juntos por un mismo propósito: un futuro lleno de

Bienestar Integral *para Todos*

Algunos resultados de la gestión del primer semestre del **2023**:



Cuidado y protección de la salud



• Cerca de **18 millones** de pacientes atendidos y más de **34 millones** de actividades en salud desarrolladas. **↑19%**



• **1.202.000** actividades de Promoción y Prevención en Salud, beneficiando a **787.800** personas. **↑8%**



• **16.400** personas beneficiadas a través de los diferentes programas de nuestro ecosistema de bienestar integral, que combina servicios de caja y salud en la atención.



• **3.390.700** consultas de medicina general y especializada, y **571.600** urgencias atendidas, entre médicas y odontológicas.



Personas más sanas y activas



• **3 millones** de usuarios accedieron a nuestros servicios de recreación, educación, deporte y cultura. **↑46%**



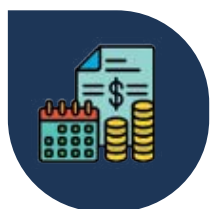
• **38.419** adultos mayores beneficiados con programas especializados en las necesidades de esa población.



• **131.700** personas visitaron nuestros hoteles Lagomar y Lagosol, el **76%** afiliados en cat. A y B. **↑17%**



• **3.600** atletas reunidos en la segunda versión de la Carrera Atlética Compensar, triplicando la participación de la versión anterior.



Finanzas y productividad



• **3.606.000** cuotas de subsidio entregadas por un monto total de **\$596.000** millones. **↑27%**



• **732.600** personas beneficiadas con ahorros por **\$48.400** millones en establecimientos aliados. **↑33%**



• **37.118** personas ubicadas laboralmente a través de nuestra Agencia de Empleo y Fomento Empresarial, el **65%** mujeres.



• **1.000** estudiantes de nuestra Fundación Universitaria beneficiados mediante el programa Becas Compensar.



Impacto social



• **49.000** personas impactadas a través del programa Desarrollo Social Comunitario.



• **19.627** niños beneficiados con los Programas de Atención Integral a la Niñez y **28.172** por medio de Jornada Escolar Complementaria.



• **2.000** personas reunidas en la **Olimpiada Especial Fides – Compensar**, Iberoamérica en Colombia.



• Inauguramos un nuevo **Centro de Desarrollo Infantil en Soacha – Cundinamarca**.

PRESIDENTES Y CEO

JOSÉ MANUEL AYERBE OSORIO	DALE!	16
JUAN RAFAEL PÉREZ VÉLEZ	BTG PACTUAL	16
CÉSAR AUGUSTO SOLANO VELANDIA	PAPELES NACIONALES S.A.	16
JOSÉ GÓMEZ AMADOR	SENSEDIA	16
DAVID RAYA	SMART FIT	16
SANDRA CABEZAS HURTADO	NOVARTIS	16
PEDRO CARDONA	GRUPO AGROINDUSTRIAL RIOPAILA CASTILLA	16
BORJA DÍAZ DE BUSTAMANTE	GOYURT	16
DANIELA KONIETZKO	FUNDACIÓN WWB COLOMBIA	16
JEISSON BALAGUERA	ALAPE VALUES AAA	16
DANIEL MATERÓN	RAPICREDIT	16
MAN HEI LOU	TREINTA	17
CAMILA ESCOBAR	PROCAFEOL	17
JEFFREY FAJARDO	PORKCOLOMBIA	17
JONATHAN MALAGÓN	ASOBANCARIA	17
ALEJANDRO CARLOS MESA NEIRA	BAKER & MCKENZIE	17
CATALINA SÁNCHEZ AYERBE	VMLY&R COLOMBIA	17

GERENTES GENERALES

MARÍA ANDREA VARGAS	NATURA Y AVON COLOMBIA	21
HÉCTOR CORREDOR	MERCEDES-BENZ COLOMBIA	22
EDWIN MUÑOZ	ESU	24
JOSÉ CAMACHO	GRUPO POLAR	26
ÓSCAR MAURICIO CHAPARRO NÚÑEZ	GELSA	28
CARLOS PORTELA	ADHESIVOS INDUSTRIALES HENKEL	28
ALEJANDRO BOTERO ESCOBAR	STF GROUP	28
DIEGO BERMÚDEZ FARIAS	PARQUE ARAUCO	28
ADRIANA CASADIEGO	OPEL EN COLOMBIA	28
CARLOS ARTURO CALLE	ARTURO CALLE	28
ANA DOLORES ROMÁN	PFIZER	28
MANUEL TORRES	CABIFY	28
ANA VERINAZA PIZARRO	ELECTROLUX	29
PATRICIA MANZANO	LIBERTY NETWORKS	29
ANDREA SIERRA	FONTANAR	29
ANA JIMÉNEZ SÁNCHEZ	GO TRENDIER COLOMBIA	29
GUSTAVO CASTELLANOS	KIMBERLY-CLARK	29
CLAUDIA VARELA	BIOMARIN	29
SUSANA PELÁEZ	CUSEZAR	29
JOSÉ IGNACIO SOTO	FINTECH LÍQUIDO	30
NATALIA GRANADOS DÍAZ	GILEAD SCIENCES	30
ÓSCAR CEPEDA	GAES	30
NICOLÁS BERMÚDEZ	CIPRÉS MERCADEO EDUCATIVO	30
ANDRÉS ROBATEL	FALABELLA	30
JORGE DEL RÍO	BOEHRINGER INGELHEIM	30
HERNÁN BETANCUR	BAXTER	30
AGUSTÍN MADDOCKS	HILTON BOGOTÁ	30
JUAN CARLOS PINEDA VARGAS	CENTRO COMERCIAL CENTRO MAYOR	31

COMERCIAL

ANDRÉS FELIPE URIBE RAMOS	ADECCO	34
JOSÉ ALBERTO TORRES	COLSAISA	36
DIANA CAROLINA LEMUS	FIVE9	36
JUAN CARLOS BUITRAGO	JSC INGENIUM	36
LUIS MANUEL PATIÑO	SERVINFORMACIÓN	36
JUAN DAVID BARBOSA	FISAPAY.	36
ALEJANDRO LOMBANA	KAYAK	36
MIGUEL MARCOS	LATAM	36
MARIA TERESA BLANCO BERNAL	AZTECA COMUNICACIONES	36
MARIA DEL PILAR AMOROCHO	SÁNDWICH QBANO	36

RECURSOS HUMANOS

JUAN CARLOS BECERRA	BIMBO	40
MARÍA ELVIRA RODRÍGUEZ	BOEHRINGER INGELHEIM	40
NELSON MONTOYA	GI GROUP HOLDING COLOMBIA	40
CARLOS ALBERTO NIÑO FORERO	MINSAIT	41
ADRIANA MOSRI	KIMBERLY CLARK	41
GERMAN BUSTOS	CLARO COLOMBIA	41

MERCADEO

CAROLINA DÍAZ	ALSEA COLOMBIA	44
MARCELO PINEDA ARANGO	CIRION TECHNOLOGIES	44
CARLOS VARGAS	BURGER KING COLOMBIA	44
JUANITA AGUDELO	EPSON	44
PAULA USSA	BAYPORT	44
MARTA SÁNCHEZ	SCHNEIDER ELECTRIC	44
DANIEL ESPAÑOL	GI GROUP HOLDING COLOMBIA	45
XIMENA HERNÁNDEZ	ASUS COLOMBIA	45
MARÍA LORENA VILLATE GAITÁN	TEMBIC	45
JOHAN PINZÓN	SAMSUNG	45
CAROLINA CELIS	GENERAL MOTOR	45

LOGÍSTICA

EDUARDO BERRIZBEITIA	FedEx EXPRESS	47
JUAN ANDRÉS DUARTE	DUAGA	47
HÉCTOR MANOSALVA ROJAS	CENIT	47

RSE

ANDRÉS SANTANA	MABE	49
JULIANA SUSO JARAMILLO	ISA	49
CARLA BUENDÍA	IBM	49
CAMILA ESCALLÓN	UNILEVER	49

SERVICIO AL CLIENTE

ÁNGELA MORENO	BAYPORT COLOMBIA	50
HILDEGARD HEINS	CHEVYPLAN	50

TECNOLOGÍA

MARTHA E. RUIZ DIAZ GRANADOS	TELEFÓNICA	53
IVÁN HERRERA	SAS	53
DORIAN RALLÓN GALVIS	BIOFILE SAS BIC	53
VALENTINA VALENCIA	VAAS	53
ANA MARÍA BELENO RÍOS	ANTHOLOGY	53
FERNANDO AYALA FERRADO	INDRA	53
LINA MONSALVE	MERCADO LIBRE	53
ROGERIO SPERB	BD COLOMBIA	53
ANTONIO RIVERO	NAPSE	53
MICHAEL FENG	XIAOMI COLOMBIA	53

PYME

DANIEL MESA	KONKRETUS	55
ELIO VILLALOBOS	REINVENTAR CONSULTING	55
FABIÁN MOTTA OSPINA	SMARTPRA	55
SUSAN RODRÍGUEZ	INSPIRAMARK	55
ERIKA JARAMILLO	KLAXEN	55
ESTEBAN QUINTANA	KLIK ENERGY	55
SAMUEL URQUIJO	KEYBE	55
NATALIA RÍOS	UALÁ	55



EN 1968 SE CONSTRUYÓ EL PRIMER HOTEL DANN EN LA AVENIDA 19 DE BOGOTÁ, Y DESDE ENTONCES LA COMPAÑÍA SE HA EXPANDIDO Y HA LOGRADO ESTAR EN LA MENTE DE LOS CONSUMIDORES POR MÁS DE MEDIO SIGLO.

Hoteles Dann: una historia de 55 años de buen servicio

En 1968 se construyó el primer Hotel Dann en la Avenida 19 de Bogotá, y desde entonces la compañía se ha expandido y ha logrado estar en la mente de los consumidores por más de medio siglo.

El gerente general del Hotel Dann Avenida 19, Mario Díaz Granados, cuenta que el mayor logro en el último año ha sido mantener el hotel actualizado y que sea reconocido como uno de los más tradicionales de la zona centro de la ciudad. El sector ha cambiado mucho en 55 años y han llegado más hoteles en este tiempo pero el Dann se ha mantenido como preferido

por los viajeros.

Esta sede está rodeada de las zonas más turísticas de Bogotá, como el Centro Histórico, el Museo del Oro, el Planetario, la Plaza de Toros, la Biblioteca Luis Ángel Arango, el Teatro Jorge Eliécer Gaitán, la Cinemateca Distrital, el Museo del Banco de la República, el Chorro de Quevedo y el Mercado de las Pulgas.

LA SEDE DE LA AVENIDA 19 ES LA GÉNESIS DE LA CADENA HOTELERA DANN EN 1968.

UN BUEN GERENTE DEBE CONOCER PERSONALMENTE A LOS CLIENTES Y ESTAR ATENTO A SUS INTERESES Y NECESIDADES.

Cuenta con 129 habitaciones y cinco salones de reuniones y eventos con capacidad para 490 personas.

La marca se ha logrado mantener vigente gracias al respaldo de la primera cadena hotelera que nació en Colombia y la actualización constante del producto e infraestructura física.

Precisamente se están renovando todos los pisos de habitaciones y pasillos, así como las camas y los muebles. Se están instalando ventanas antiruidos y se están instalando nuevos sistemas tecnológicos en los salones para eventos.

“La sede de la Avenida 19 es la génesis de la Cadena Hotelera Dann en 1968. Su ubicación estratégica lo consolida como el epicentro para desarrollar toda la actividad turística de Bogotá”, dice Díaz Granados.

Este hotel se fundó durante la visita a Colombia del Papa Pablo VI, entendiendo que para entonces, si bien Bogotá no era una ciudad turística, si era un destino obligado y atractivo para personas de negocios. El Hotel se creó entonces con la idea de ser el sitio preferido de ejecutivos, desde su ubicación estratégica hasta su sistema de check in y check out que fuera rápido y cómodo para este tipo de viajeros.

www.hotelesdann.com

ATRIBUTOS DE UN BUEN GERENTE:

Díaz Granados asegura que un directivo debe rodearse del talento humano calificado, sobre todo en servicio al cliente de alta calidad y empoderarse en la toma de decisiones responsables. También debe hacer presencia permanente en todas las áreas del hotel para verificar de primera mano tanto la prestación de los servicios como el estado de las instalaciones, involucrándose en la operación con el personal de base, a quienes debe inspirar.

Finalmente, debe conocer personalmente a los clientes y estar atento a sus intereses y necesidades de servicio para liderar y coordinar su ejecución.

El renacimiento del liderazgo



EDITOR

Luis Rodan
lrodan@gerente.com

DIRECTOR EDITORIAL

Martín Leonardo Gómez
editorial@gerente.com

REDACCIÓN

Camilo García
Lila Silgado

DISEÑO EDITORIAL

Hans Rodríguez
hansrod2310@hotmail.com

DIVISIÓN COMERCIAL

GERENTE COMERCIAL
María Margarita Vicaria
mmvicari@gerente.com
María Claudia Lineros
mlineros@gerente.com
Mónica Restrepo
(Medellín) capdelc@une.net.co
Alicia Rocha (Tecnología)
arocha@gerente.com
Carolina Herrera
carolinaherrera@gerente.com

ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

admcol@gerente.com

FACTURACIÓN ELECTRÓNICA

facturacion@gerente.com

El contenido de esta revista no refleja necesariamente la posición del Editor.

Carrera 16 N° 96-64 Ofc. 614
PBX: (571) 6369136
Bogotá, D.C., Colombia

SUSCRIPCIONES

E-mail: suscol@gerente.com
Teléfono. (91) 6369136

PUBLICIDAD

Bogotá: (91) 6369136
Medellín: (94) 3130217
USA: 786 262 0312
E-mail de anunciantes:
comprar@gerente.com

Gerente es un miembro de la Sociedad Interamericana de Prensa.

DENTRO DEL RESENTIMIENTO QUE EL MOVIMIENTO PROGRESISTA LES HA METIDO EN LA CABEZA A LAS NUEVAS GENERACIONES, ESTÁ LA IDEA DEL JEFE MALVADO MILLONARIO QUE NO HACE MÁS QUE APROVECHARSE DE SUS ESCLAVOS PARA AMASAR GRANDES FORTUNAS Y TENER SOMETIDO A LOS POBRES. En estas páginas siempre hemos demostrado lo contrario y hemos exaltado la importancia de ser un gran líder y lo difícil que es serlo. Y la mayor dificultad hoy es justamente esa, que la figura de autoridad está desdibujada. Es cierto que en modelos jerárquicos arcaicos el gran jefe podía abusar de su poder, maltratar a sus empleados o aprovecharse de la necesidad que ellos tenían por mantener su trabajo, pero hoy ese jefe no duraría más de dos días. Un empleado ahora difícilmente soporta un maltrato, ni más faltaba, y la idea de estar toda la vida en la misma empresa no existe y más si no se ve la oportunidad de crecimiento o si sus ideas no son escuchadas. Hoy los jóvenes a la primera incomodidad renuncian sin darle más vueltas. Su tranquilidad vale más. Y al margen de discutir si está bien o mal esa actitud, lo cierto es que el directivo debe saber trabajar con esas nuevas generaciones donde la figura de mandamás y empleado sumiso no existe más, y se trata de hacer un trabajo en equipo donde los roles estén bien definidos y se trabaje en armonía para obtener retos conjuntos personales y profesionales.

Tomar decisiones sigue siendo en todo caso la tarea más dura de cualquier líder. Es algo que no todos entienden o valoran. No es raro escuchar el rumor o ver el meme que muestra a los empleados trabajando duro y haciendo todo por la empresa mientras el jefe apenas habla y toma tinto con los jefes de área, lejos de entender que en ese escenario se están gestando las ideas. En esas reuniones se piensa y se decide el rumbo de la empresa, las estrategias, se encuentran soluciones de producto, de marketing y hasta de los problemas íntimos del equipo. Pensar y decidir son las acciones que más valen y las que mantie-

nen firme a la empresa.

El líder hoy además debe enfrentarse a la Inteligencia Artificial, a saber cómo usarla para beneficio de la empresa, cómo le sirve para reducir costos y tiempos, y en qué áreas podrían ser reemplazados sus productos o servicios e incluso sus colaboradores o hasta él mismo.

Debe también cultivar y desarrollar habilidades blandas de escucha y de humildad. Entender qué siente y qué quiere el equipo son asuntos que cada vez más están en la agenda del líder. Aterrizar a lo humano cada cosa que pasa, antes no ocurría pues ante todo se enfocaba en cumplir objetivos corporativos sin más. El interés de atender el bienestar del talento humano se ha incrementado especialmente desde la pandemia.

Es como si estuviéramos viviendo la edad del renacimiento, donde el ser humano es el centro de todo, desde el colaborador hasta el cliente, luego de venir de la edad media donde las grandes corporaciones eran el centro.

Un empleado sin motivación y además maltratado no va a hacer su trabajo con ganas y mucho menos con amor. Simplemente se va. En cambio un trabajador que se siente importante, escuchado, valorado y donde crece profesionalmente, va a hacer su quehacer con pasión y eso se verá reflejado en el servicio o producto y de paso impulsará el crecimiento de la compañía.

En las siguientes páginas veremos entonces cómo debe ser el rol del líder en cada área, desde el presidente hasta los gerentes de mercadeo, logística y recursos humanos, entre otros. También destacamos la labor de 100 gerentes que han puesto el alma y han demostrado que conociendo a su equipo y a sus clientes, es la única manera de mantener viva una empresa y de seguir haciendo patria.

¡Poner al humano en el centro es la clave!

Por Martín Leonardo Gómez
Director Editorial



El Banco de Inversión más grande de América Latina

Banco | Fiduciaria | Comisionista de Bolsa

A photograph of a modern glass skyscraper with a grid-like pattern of windows, viewed from a low angle looking up. The image is partially obscured by a dark blue rectangular overlay containing white text.

Solidez, experiencia y
trayectoria durante
40 años*

Ver las cosas de forma diferente
nos mueve a ir más allá

Banco BTG Pactual Colombia S.A.
BTG Pactual S.A. Comisionista de Bolsa
BTG Pactual Sociedad Fiduciaria S.A.

VIGILADO
SUPERINTENDENCIA FINANCIERA
DE COLOMBIA

* Datos a nivel global. 40 años en diciembre de 2023.

Las entidades Banco BTG Pactual Colombia S.A., BTG Pactual S.A. Comisionista de Bolsa y BTG Pactual Sociedad Fiduciaria S.A. hacen parte del Conglomerado Financiero BTG Pactual en Colombia, reconocido por la Superintendencia Financiera de Colombia.

El presente material ha sido proporcionado a ustedes por parte de BTG Pactual con fines meramente informativos y no constituye una oferta para comprar o vender valores o activos ni un asesoramiento en materia legal, tributaria, empresarial o contable.

El poder de la diversidad en la alta

Desde hace 30 años Amarilo le apuesta al desarrollo organizado de Colombia, motivada por la fuerte convicción de dejar una huella positiva en todos los lugares donde tiene presencia a través de la construcción de urbanismos planeados, organizados y sostenibles, que aporten a mejorar la calidad de vida de sus residentes, vecinos y de la comunidad en general con el propósito de transformar entornos y empoderar comunidades, cumpliendo sueños.

Para lograrlo, la constructora ha liderado una estrategia de sostenibilidad integral que la ha llevado a estructurar un equipo gerencial multidisciplinario de alto nivel que desde las diferentes áreas impulsan acciones y decisiones orientadas a garantizar un equilibrio económico, social y ambiental en 17 ciudades y/o municipios del país donde tiene presencia la compañía.

Actualmente, Amarilo cuenta con 5 vicepresidentes, de las cuales 4 son mujeres, lo que evidencia el importante protagonismo de la mujer en la organización y no solo a nivel directivo, pues hoy en día las mujeres representan el 44% de los colaboradores. El destacado grupo de vicepresidentes cumplen una función articuladora entre la visión del fundador y presidente de la compañía Roberto Moreno de aportar a la transformación social de las regiones y ser una compañía que trasciende. Dentro de sus responsabilidades se encuentra conectar y empoderar a las comunidades, construir experiencias y generar valor a todos sus grupos de interés, además de lograr un crecimiento competitivo y rentable para la compañía, por lo que se destacan por ser profesionales con una sólida formación, con gran trayectoria y experiencia, pero sobre todo con una gran calidad humana y un enfoque hacia el liderazgo positivo y colectivo que impulsa Amarilo.



MARGARITA LLORENTE
VICEPRESIDENTE ASUNTOS
CORPORATIVOS, JURÍDICOS Y
SOSTENIBILIDAD

Es abogada con más de quince años de experiencia combinada entre firmas de abogados y abogada in house en diversas compañías, brindando asesoría jurídica integral, atención y apoyo de asuntos de derecho corporativo y comercial, contratos, inversión extranjera y derecho minero, entre otros. Cuenta con experiencia en coordinación y liderazgo de equipos de trabajo durante los procesos de negociación y cierre de negocios, y tiene conocimiento en la implementación y difusión de políticas de cumplimiento y manuales de ética corporativa y anticorrupción. En Amarilo lidera el área legal, la coordinación de trámites ambientales, y la dirección de sostenibilidad de la compañía. Con su liderazgo busca brindar asesoría legal integral a las demás áreas de la compañía en todos los asuntos que se requieran durante el curso normal del negocio, e impulsar toda una estrategia y política de sostenibilidad que garantice un crecimiento sostenible del negocio.



**NATALIA TRUJILLO
MORENO**
VICEPRESIDENTE DE
OPERACIONES

Es abogada con especialización en Gestión Pública y maestría en Derecho Público. Cuenta con una amplia trayectoria en la Gestión de Proyectos de Infraestructura de Vivienda. Ha trabajado por más de 15 años en la estructuración y ejecución de proyectos. Fue Viceministra de Aguas y concesiones de Cuarta Generación y Gerente de Lagos de Torca durante 4 años. En Amarilo su apuesta es impulsar la gestión eficaz de materiales y recursos, así como generar valor a todos los grupos de interés de la compañía y trabajar por asegurar la operación con altos estándares de calidad.

LAS MUJERES
REPRESENTAN EL
44%
DE LOS
COLABORADORES

LOS DIRECTIVOS
IMPULSAN ACCIONES
ORIENTADAS A
GARANTIZAR
UN EQUILIBRIO
ECONÓMICO, SOCIAL
Y AMBIENTAL EN
17
CIUDADES

gerencia de la Constructora Amarilo



**ANDREA
ARIZALA**
VICEPRESIDENTE DE TALENTO
HUMANO Y COMUNIDADES

Es psicóloga, especialista en Gerencia de Gestión Humana y Coach, con más de 25 años de experiencia en el diseño e implementación de procesos de gestión del talento humano en empresas de diferentes sectores, principalmente en oil & gas y sector financiero. Posee habilidades en el diseño e implementación de procesos de valoración y desarrollo de directivos, selección, gestión del desempeño, compensación, temas sindicales y gestión del cambio en procesos de fusión y transformación organizacional. En Amarilo su apuesta es mejorar la apropiación de la cultura y satisfacción del ambiente laboral para convertir a la constructora en una de las mejores empleadoras del país, impulsando un entorno sostenible que genere bienestar y en el que los grupos de interés (colaboradores, comunidades y contratistas) sean actores transformadores que lideren y aporten en la construcción de un mejor país.



**ANA CRISTINA ISAZA
ZULUAGA**
VICEPRESIDENTE DE FINANZAS,
ADMINISTRACIÓN Y TECNOLOGÍA

Es economista, MBA del Inalde, y master en Gerencia de proyectos, con experiencia liderando áreas financieras como contabilidad, auditoría, planeación financiera, Tesorería, cartera y áreas como transformación digital, talento humano y planeación estratégica y tecnología. Experiencia en mercado de capitales y financiación estructurada con énfasis en evaluación de inversiones, procesos de valoración de empresas y coberturas de riesgo. Dentro de sus habilidades se encuentran, estructuración de áreas financieras y metodologías de gestión y análisis, enfoque en resultados y logro de objetivos, liderazgo de equipos y gestión del cambio y transformación cultural, negociación, transformación digital y automatización de procesos, cercanía al negocio y a la estrategia. En Amarilo su apuesta es lograr el crecimiento competitivo y rentable de la compañía para garantizar su sostenibilidad y liderar la transformación digital de la compañía que acompañe el crecimiento.



**ANDRÉS
OROZCO**
VICEPRESIDENTE COMERCIAL
Y DE MERCADEO

Es administrador de negocios con especialización en Mercadeo de la Universidad EAFIT, cuenta con un MBA Máster en Dirección de Empresas de la Universidad de Villanueva de España, complementó estudios en Executive Máster in Business Administration de la universidad Westfield Business School y Mastering Sales de la Universidad Kellogg School Of Management en Estados Unidos. Tiene amplia experiencia en la dirección de compañías multinacionales de consumo masivo (FMCG), en áreas de ventas, trade marketing, marketing, y go to market. En Amarilo su apuesta está en seguir posicionando a Amarilo como la constructora con mejor reputación del sector, garantizando el conocimiento del cliente y la mejor experiencia durante todo su proceso de compra.



PORTADA



100 GERENTES MÁS EXITOSOS





ADEMÁS DE TENER LA COMPAÑÍA EN LA CABEZA, LOS CEO DEBEN INSPIRAR A SUS EQUIPOS.

En cabeza del CEO

El CEO de las empresas de hoy es un líder integral: humano, que fomenta la comunicación, la inclusión, utiliza la tecnología -big data e inteligencia artificial- y sabe leer el entorno para moverse rápidamente hacia la próxima jugada.

LEJOS DE SER EL TODOPODEROSO QUE DA ÓRDENES Y HACE TEMBLAR LA TIERRA, EL CEO DE HOY TIENE EN LA CABEZA EL RUMBO DE LA COMPAÑÍA, UNA HABILIDAD ÚNICA PARA TOMAR DECISIONES Y SOPESAR LOS RIESGOS, un pensamiento estratégico que le hace ver el largo y mediano plazo a la vuelta de la esquina y un equipo capaz, que lo acompaña en esta cruzada empresarial.

“Estamos atravesando un momento crucial a nivel global en temas de tendencias del mercado, la era de la IA (Inteligencia Artificial) y el Cambio Climático llevan a que los líderes de las compañías trabajen sus competencias y habilidades en torno a estos dos factores determinantes. La influencia y el poder de transformar deben estar en el ADN de todo líder de organización, saber comunicar de una manera clara los objetivos de negocio e influir en las personas para la consecución de los mismos son la base del éxito”, explica el Principal de Page Executive Colombia, Diego Monroy.

Recientemente, el Gran Encuentro de Egresados de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Pontificia Universidad Javeriana fue escenario de discusión sobre el liderazgo. Allí, la presidente de Mazda Colombia, Ángela Patricia López -única mujer que dirige una subsidiaria de esta marca en el mundo-, aseguró que el líder debe tener un objetivo inspirador para el equipo, que junto con

LA INFLUENCIA
Y EL PODER DE
TRANSFORMAR
DEBEN ESTAR EN EL
ADN DE TODO LÍDER

SIMPLIFICAR LA
COMPLEJIDAD
ES UNA DE LAS
HABILIDADES
PRINCIPALES DEL
CEO

los escenarios y la toma de acción permite navegar e incluso superar las crisis.

“Durante la pandemia nos centramos con el equipo en pensar cómo mantener arriba el ánimo de los empleados y se nos ocurrió ofrecer servicios post venta a los vehículos de los médicos, sin importar la marca. Este fue el objetivo inspirador que mantuvo al equipo enfocado y animado, porque sabía que estaba contribuyendo en algo, esa fue la manera en la que superamos esta crisis”, afirmó López.

En ese mismo escenario, la Senior Accountant de Giovo, Paula Andrea Martínez, se refirió a varios elementos que debe tener el líder orientado a conseguir resultados: “comunicación, confianza y cohesión, que viene originada por saber qué esperan y sienten los miembros frente a la compañía y que también el equipo sepa qué espera la compañía de ellos”.

Así mismo, el consultor senior del BID y ex presidente de Colpensiones, Juan Miguel Villa, afirmó en el panel, que uno de los principios que debe conservar el líder es la humildad. “El líder debe trabajar para que el equipo trabaje. Cuando estaba en Colpensiones y llegó la pandemia, la Superfinanciera nos pidió a las entidades seguir prestando servicios de manera presencial, pero la gente estaba reacia, y era natural, así que abrí un whatsapp con la fuerza comercial y les escribí: mañana los espero a las 8:00 a.m. en la sede para atender a los usuarios, con lo cual la gente se motivó”.

LA IMPORTANCIA DE LEER EL ENTORNO

La Coordinadora del Consultorio de Liderazgo 360 del Politécnico Grancolombiano, María Gloria González, explica que en los escenarios VUCA -Volátil, Incierto, Complejo y Ambiguo- que se dieron antes de la pandemia y BANI -Frágil, de Ansiedad, No lineal e Incomprensible-, que son los escenarios actuales, los presidentes requieren pensar, reaccionar y actuar diferente, con un liderazgo 360 de ecosistema digital, colaborativo que les permita construir y gestionar nuevas redes de relacionamiento entre empresas.

“Una de las competencias de los presidentes es simplificar la complejidad para encontrar el verdadero rumbo económico de la empresa con las personas adecuadas, este es uno de los verdaderos retos, liderar pensamientos multigenera-

LAS HABILIDADES DE PENSAMIENTO CRÍTICO, PENSAMIENTO ESTRATÉGICO Y LA CAPACIDAD DE TOMA DE DECISIONES SON VITALES PARA EL CEO.

PASANDO A LA ACCIÓN:

Tener la estrategia, la visión, los recursos, la tecnología, el equipo, la comunicación, son el punto de arranque, pero la toma de decisiones es lo que lleva las cosas de la teoría a la acción.

Por esta razón, el director de Recursos Humanos de la consultora BDO Colombia, Diego Bernal, afirma que una de las competencias fundamentales para el CEO de hoy es la habilidad para tomar decisiones, la otra el pensamiento estratégico. “La toma de decisiones forma parte clave de la gerencia general: decisiones informadas, estratégicas considerando los distintos riesgos y beneficios a mediano y largo plazo definen el rumbo de la empresa. El pensamiento estratégico se enfoca en la capacidad del líder de pensar a largo y mediano plazo las distintas estrategias y cómo desarrollarlas para el éxito de la organización, siempre con los riesgos en mente”.



cionales y multiculturales en torno a la alineación de los objetivos planteados”, explica la experta.

El CEO, según González, debe desarrollar la capacidad de construir una cultura con un propósito donde lo valioso sean las personas, con capacidad de liderar transformaciones. “Es importante que el presidente tenga la capacidad de escuchar a sus equipos y analizar la información que viaja en la cultura de la velocidad de las diferentes variables, por lo tanto, el pensamiento crítico, el pensamiento analítico y el pensamiento estratégico son su arma para afrontar a sus competidores y aliados”.

Así mismo, “el presidente debe contar con una visión prospectiva, capaz de adelantarse a los desafíos tecnológi-

cos y emprender acciones ante este mundo de caos, completamente impredecible e incomprensible. Para lo anterior, implica obtener información de forma rápida y eficaz a partir del big data, respecto al desempeño comercial, el comportamiento del cliente, las tendencias del mercado entre otros factores relevantes que pueden afectar el éxito de la organización. Esta orientación a los datos le facilita la toma de decisiones ágiles, precisas y confiables.

La experta asegura que la cabeza principal de la compañía debe tener la capacidad de liderar en escenarios de caos, un liderazgo transformacional que le permita aprender, desaprender y reaprender, para conformar equipos de alto rendimiento, donde el referente

sea la empatía, la equidad e inclusión que lleve a la organización al cumplimiento del plan estratégico en el marco de la sostenibilidad.

INTEGRALIDAD Y ESTRATEGIA

“Los presidentes de las compañías deben ser personas integrales, que promueven más allá del fundamento técnico y disciplinar, competencias, aptitudes y habilidades que motiven e inspiren al desarrollo y crecimiento organizacional”, explica el director de Planeación y Gestión de la Calidad de la Universidad Inpahu, Benjamín Cepeda.

Así, deben ser facilitadores de cambio y transformación, con ágil adaptación al entorno globalizado, promover ambientes de productividad dinámicos, creativos y flexibles que se ajusten a la articulación de equipos interdisciplinarios e interconectados.

Los presidentes deben apropiarse la tecnología y la gestión del conocimiento, en búsqueda constante de la excelencia y la efectividad organizacional, con un pensamiento crítico que permita corregir oportunamente las acciones, e innovador, mejorando continuamente los procesos para alcanzar los objetivos y superar las metas propuestas.

De igual manera, es vital apropiarse la inteligencia emocional para ver la realidad como es, “no como la sentimos, ni como nos la hacen ver, para que desde esta perspectiva, se tomen decisiones con criterio y basadas en hechos para mitigar la incertidumbre, actuando con prudencia, sensatez, convicción y sentido ético”, concluye Cepeda.

**LOS PRESIDENTES
REQUIEREN PENSAR,
REACCIONAR
Y ACTUAR
DIFERENTE, CON UN
LIDERAZGO 360 DE
ECOSISTEMA DIGITAL,
COLABORATIVO
QUE LES PERMITA
CONSTRUIR
Y GESTIONAR
NUEVAS REDES DE
RELACIONAMIENTO
ENTRE EMPRESAS.**

1

**JOSÉ MANUEL
AYERBE OSORIO**

CEO DE DALE!

Tiene claro que el rol de un líder es facilitar y transformar

Ocho de cada diez colombianos utiliza alguna billetera digital, sin embargo, el efectivo sigue siendo el medio de pago preferido en Colombia, por lo que la oportunidad para dale! de hacerle frente al efectivo y profundizar en la bancarización del país, es una de las motivaciones del CEO de la compañía.

“LAS BILLETERAS DIGITALES SON UNA OPORTUNIDAD PARA ACABAR CON LA INFORMALIDAD EN COLOMBIA Y AYUDAR A LA ECONOMÍA POPULAR A BANCA- RIZARSE. ME SIENTO ENTUSIAS- MADO DE PODER HACERLO EN UNA FINTECH CUYO PROPÓSITO ES GENERAR OPORTUNIDADES DE INCLUSIÓN FINANCIERA Y TODO LO QUE ESO IMPLICA”, nos comparte José Manuel.

Ayerbe además demuestra su enorme gratitud y sentido de pertenencia hacia Grupo Aval como sponsor de dale! y, en su papel como líder, se destaca por facilitar e inspirar a todos los colaboradores que trabajan en la compañía.

Ayerbe resalta algunos de los logros durante este año:

CRECIMIENTO DE DALE!

“En 2021 asumí el reto de acompañar a dale! en su proceso de crecimiento y transformación. Desde entonces los clientes han crecido 1.285% que representan más de 1.7 millones de usuarios y esperamos llegar muy pronto a los 4 millones”.

PREMIO BANKING AS A SERVICE

A principios de 2023 dale! fue

LA VISIÓN

Dentro de la apuesta de crecimiento y esfuerzo por contribuir a la inclusión financiera, Ayerbe espera ampliar el segmento de clientes y llegar a menores de edad y extranjeros.

También espera seguir apoyando al Gobierno y a las Alcaldías para que más beneficiarios de subsidios usen a dale! como su billetera principal para estos pagos, pues es una forma fácil, accesible y segura de recibir los subsidios.



galardonado por el medio internacional Pan Finance como “Proveedor Banking as a Service del año y Excelencia en transformación Digital”, por ser pioneros en ofrecer servicios de Banking as a Service (BaaS), que permiten la integración de servicios financieros en plataformas digitales no bancarias para mejorar y ampliar su oferta en el mercado. Entre los aliados BaaS de dale! se encuentran empresas como LifeMiles y Plurall.

CAMBIO DE CORE Y APP

En 2022, Grupo Aval le apostó a competir con dale! a Nequi y Daviplata, quienes llevan una ventaja en tiempo y participación de mercado. “Nos pusimos una agresiva

meta de llegar rápidamente a un número importante de clientes, pero teníamos claro que para lograrlo requeríamos de una solución tecnológica con la capacidad de soportar la curva exponencial que esperábamos en clientes y volumen de transacciones”, manifestó José Manuel.

En vista de estos objetivos de la compañía y con el fin de asegurar una plataforma estable y robusta, decidieron realizar una importante inversión en tecnología e innovación y, con éxito, lograron en poco tiempo hacer los desarrollos necesarios para lanzar en el mes de julio de 2023, dale! 2.0., la nueva aplicación nativa que ya se encuentra disponible en la Play Store y la Apple Store.

JUAN RAFAEL PÉREZ VÉLEZ, CEO DE BTG PACTUAL COLOMBIA, LIDERANDO CON VISIÓN Y RESILIENCIA EN EL DINÁMICO MUNDO FINANCIERO.



2

**JUAN RAFAEL
PÉREZ VÉLEZ**

PRESIDENTE Y CEO BTG PACTUAL

Navegando en la Finanzas Colombianas

En un mundo financiero tan dinámico como el actual, donde los retos parecen multiplicarse a cada paso, Pérez Vélez se erige como una figura destacada al frente de BTG Pactual Colombia, el banco de inversión más grande de América Latina.

EN ENTREVISTA CON GERENTE COMPARTIÓ SUS PERSPECTIVAS SOBRE LOS LOGROS, DESAFÍOS Y VISIÓN DE LA COMPAÑÍA EN MEDIO DE UN ENTORNO ECONÓMICO Y POLÍTICO EN CONSTANTE CAMBIO.

BTG Pactual, con 40 años de historia, se destaca como un actor global en los negocios de banca de inversión, administración de portafolios, banca privada, mercado de capitales, crédito y soluciones corporativas.

El directivo asumió el liderazgo de BTG Pactual en Colombia en 2016. Su objetivo era claro: consolidar al grupo como uno de los actores financieros más influyentes del país. Lo logró mediante la creación de nuevas líneas de negocio y la combinación de conocimiento local y experiencia global, que se convirtió en una ventaja competitiva notable.

Un hito importante en su carrera fue ser uno de los socios fundadores de Bolsa y Renta. Hasta la fecha, es el único colombiano con el prestigioso título de Managing Director Partner en el banco.

Sobre los mayores retos y logros del último año, Vélez cree que la consolidación de la Licencia Bancaria es uno de sus mayores logros.

En tan solo un año y medio de operación, BTG Pactual Colombia se posicionó como el cuarto banco en Retorno sobre el Patrimonio (ROE). La cartera de crédito alcanzó los USD 1 mil millones, con una duplicación en la utilidad operativa. Además, la firma mantuvo su liderazgo en los mercados tradicionales de intermediación.

Igualmente se consolidó su liderazgo en Banca de Inversión. BTG Pactual

participó en transacciones transformadoras por más de USD 8,5 mil millones. Entre estas destacan la democratización del Grupo de Energía de Bogotá, la venta de ISA a Ecopetrol, la adquisición de Odinsa por parte de Grupo Argos y el alistamiento de Procaps en Nasdaq.

En un año, BTG Pactual Colombia se convirtió en la comercializadora de energía independiente número uno en el país, demostrando su capacidad para abrir nuevas líneas de negocio en sectores complejos.

Sobre su motivación expresó su deseo de enfrentar desafíos y convertirlos en oportunidades. Como empresario y exsocio fundador de Bolsa y Renta, vive la adrenalina del emprendimiento y comparte la filosofía de BTG Pactual de tomar decisiones con agilidad y un fuerte compromiso hacia el cliente.

RETOS DE VIVIR EN COLOMBIA

En un país como Colombia, marcado por desafíos económicos, sociales, políticos y de orden público, atribuyó el éxito de la empresa a su capacidad para entender y adaptarse a los ciclos de la región. La transformación, el partnership y la meritocracia son

fundamentales, lo que hace que cada empleado se sienta como un dueño de la empresa y actúe como socio.

A pesar de un entorno complejo en 2024 el ejecutivo tiene metas audaces, que incluyen duplicar la cartera de crédito, duplicar la utilidad y aumentar los activos bajo administración en 30 por ciento. Durante los 11 años de presencia de BTG Pactual en Colombia, el patrimonio del grupo en el país se ha multiplicado por más de 10 veces.

INDUDABLEMENTE
MI MOTIVACIÓN
ES RETARME A
DESARROLLAR
NUEVAS FUENTES
DE CRECIMIENTO
PARA EL NEGOCIO
Y TRANSFORMAR
LOS DESAFÍOS EN
OPORTUNIDADES

Friprez.com, la primera agencia de relaciones públicas 100% virtual

En un paso hacia la modernización de las relaciones públicas en América Latina, la agencia Innobrand presentó la plataforma digital, Friprez.com, marcando un avance en la industria al convertirse en la primera agencia de relaciones públicas 100 por ciento virtual de la región.

Este lanzamiento promete transformar la forma en que las empresas y organizaciones se comunican y difunden sus mensajes estratégicos. La plataforma es una solución tecnológica que automatiza de manera integral el proceso de relaciones públicas.

Desde la creación de contenido con un enfoque periodístico, como boletines de prensa, comunicados institucionales y columnas de opinión, hasta su estratégico envío a una red de más de 5.000 periodistas, líderes de opinión y creadores de contenido, esta plataforma redefine la manera en que se gestionan las relaciones públicas.

Cabe destacar que este servicio se ofrece de forma gratuita a sus destinatarios, gracias a su enfoque periodístico y compromiso con la democratización de las relaciones públicas en la región.

Ángela Zambrano, Gerente de Innobrand, expresó que “con Friprez.com, estamos

democratizando las relaciones públicas en América Latina. Queremos que todas las empresas, grandes o pequeñas, tengan acceso a una herramienta que les permita contar sus historias de manera efectiva y asequible”.

Innobrand se ha destacado como una agencia de relaciones públicas líder en la escena Latinoamericana. Su desarrollo se basa en un enfoque integral que trasciende la consultoría tradicional. No solo cuenta con un equipo de profesionales altamente calificados en todas las áreas de las comunicaciones estratégicas, sino que también integra tecnología de vanguardia para lograr resultados excepcionales.

Según Zambrano, lo que distingue a la organización es su capacidad para reunir a expertos en diversas disciplinas de las comunicaciones. “Desde la elaboración de estrategias de comunicación hasta la creación de contenido con enfoque periodístico, la prevención y el manejo de

VENTAJAS DE FRIPREZ.COM

- **Eficiencia:** La automatización de Friprez.com agiliza el proceso de relaciones públicas, ahorrando tiempo y recursos valiosos para las empresas.
- **Enfoque periodístico:** La plataforma garantiza que el contenido creado tenga un enfoque periodístico sólido, aumentando así la probabilidad de ser recogido por los medios.
- **Acceso gratuito:** Difusión de contenido a través de Friprez.com no tiene costo alguno para los receptores, lo que lo convierte en una herramienta atractiva para periodistas y medios de comunicación.
- **Amplio alcance:** “La plataforma se conecta con una amplia red de periodistas, líderes de opinión y creadores de contenido en América Latina, ampliando así la visibilidad de las marcas.”

crisis, así como las estrategias digitales, su equipo multidisciplinario trabaja en conjunto para ofrecer soluciones efectivas y coherentes”, añadió.

La organización abraza la tecnología de manera proactiva. La agencia utiliza inteligencia artificial para optimizar campañas, software de monitoreo y escucha social para comprender a fondo la percepción de las marcas, y otras herramientas innovadoras que les permiten ofrecer a sus clientes una visión más completa y precisa de su entorno mediático y digital.

“Esta combinación de experiencia humana y tecnología de vanguardia es lo que ha impulsado a la empresa a la cima de la industria de las relaciones públicas”, afirmó Zambrano.

Con este lanzamiento se está abriendo el camino hacia un nuevo paradigma en las relaciones públicas en América Latina. La automatización, el enfoque periodístico y la gratuidad son elementos clave que pueden revolucionar la forma en que las empresas se comunican con sus audiencias y se proyectan en los medios de comunicación.

La plataforma promete ser un recurso valioso para aquellas organizaciones que desean maximizar su impacto y presencia en la región, y marca un hito en la evolución de las relaciones públicas en América Latina.

ESTA PLATAFORMA AUTOMATIZA EL PROCESO DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA CON UN ENFOQUE PERIODÍSTICO, OFRECIENDO ACCESO GRATUITO A PERIODISTAS Y LÍDERES DE OPINIÓN.

ÁNGELA ZAMBRANO, GERENTE DE INNOBRAND.



100 GERENTES MÁS EXITOSOS

3

CÉSAR AUGUSTO SOLANO VELANDIA

CEO CORPORACIÓN GRAND BAY PAPER AND CARE PRODUCTS – PAPELES NACIONALES S.A.

Su equipo lo califica como exitoso, inspirador, influenciador, apasionado, visionario, comprometido, innovador y con una alta inteligencia emocional. Bajo su liderazgo, la compañía ha crecido de manera rentable y sostenible y ha posicionado las marcas de productos de papel para el cuidado personal y del hogar. La empresa duplicó su tamaño e incorporó tecnología para lograr eficiencias. Papeles Nacionales está entre las 300 empresas más grandes de Colombia, según la Supersociedades.

4

JOSÉ GÓMEZ AMADOR

COUNTRY MANAGER DE SENSEDIA PARA COLOMBIA Y SURAMÉRICA.

Sensedia, una multinacional de TI con presencia en Colombia desde hace 4 años lleva un año bajo la batuta de José Gómez Amador, que obtuvo un crecimiento por encima de dos dígitos en este período. Su equipo lo califica como un líder hábil para dirigir y gestionar estratégicamente, con capacidad para inspirar a su equipo y promover una cultura de excelencia, creatividad e innovación. Sensedia se ha consolidado en el ámbito del Open Banking y ha sido un aliado de la industria financiera.

5

DAVID RAYA

PRESIDENTE SMART FIT COLOMBIA

Habilidades de liderazgo, enfoque estratégico, gestión de equipos de alto desempeño, han sido fundamentales para alcanzar más de 140 sedes en el país; así como para la creación de Smart Fit Go, plataforma de contenidos por demanda. En sostenibilidad y alianzas, la firma ha demostrado un fuerte compromiso: la instalación de EcoBikes, que reaprovechan la energía generada por el esfuerzo físico; en asocio con la Fundación Acción Interna, la empresa ofrece clases a las internas de El Buen Pastor.

6

SANDRA CABEZAS HURTADO

PRESIDENTE CORPORATIVA NOVARTIS COLOMBIA

Es Médica de la Universidad del Rosario. Inició como Asesora Médica y ha ido escalando posiciones en marketing y acceso en empresas de Colombia, Estados Unidos y Chile hasta ocupar su actual cargo. Esta líder reconoce el valor del trabajo y la investigación científica detrás de los avances médicos. En Chile posicionó en 2018 el cáncer como una prioridad de política pública y logró el acceso a tratamientos vitales para los pacientes. También lo ha hecho en Colombia, con la consolidación de alianzas público-privadas.

7

PEDRO CARDONA

PRESIDENTE GRUPO AGROINDUSTRIAL RIOPAILA CASTILLA

El presidente de Riopaila Castilla ha sido desde 2017 el artífice de su transformación. Hoy, la empresa genera ingresos anuales por 1,5 billones de pesos y exporta a más de 42 países. El ejecutivo ha influido en la agenda regional del Valle del Cauca y ha permitido un trabajo articulado entre los jóvenes rurales y la compañía; así mismo, puso la sostenibilidad de primera en la agenda y promueve un buen ambiente laboral, calificado entre 80% y 90% por los colaboradores y una cultura organizacional que hacen que los índices de rotación sean bajos.

8

BORJA DÍAZ DE BUSTAMANTE

PRESIDENTE GOYURT

Este ejecutivo ya completó una década al frente de Goyurt, donde ha fomentado la excelencia y la innovación de esta productora de yogurt helado en Colombia. Con más de 100 puntos de venta estratégicamente ubicados, ha extendido la presencia de la marca y ha mantenido una conexión cercana con los clientes, que logró fortalecer aún en tiempos de pandemia. Bajo su liderazgo, Goyurt ha establecido un modelo de franquicias altamente rentable y fomentado la digitalización 360 para asumir su crecimiento.

9

DANIELA KONIETZKO

PRESIDENTE FUNDACIÓN WWB COLOMBIA

Esta profesional en finanzas preside hace una década la Fundación WWB Colombia, que financia a microempresarios y fomenta el emprendimiento. Ha suscrito alianzas con USAID, AMCOR, DANE y el Observatorio para la Equidad de las Mujeres – OEM y, con este último, la Fundación caracterizó los emprendimientos en contextos vulnerables de Cali, que identificó que la mayoría son propiedad de mujeres y personas mayores. También ha impulsado la Fundación Móvil, lleva educación digital a zonas apartadas.

10

JEISSON BALAGUERA

ALAPE VALUES AAA BANCA DE INVERSIÓN

Esta banca de inversión que tiene presencia en 10 países, apoya emprendimientos colombianos con capital extranjero. Bajo su liderazgo, la compañía aumentó su planta de personal de 2 a 14 empleados en los últimos tres años y genera 30 empleos indirectos; Este presidente cree en el talento joven, pues 55% de la plantilla está conformada por personas entre los 21 y los 28 años. Esta entidad ha sido reconocida como la mejor Banca de Inversión según la opinión pública y los medios de comunicación.

11

DANIEL MATERÓN

CEO DE RAPICREDIT

RapiCredit ha otorgado cerca de tres millones de créditos a más de 550 mil colombianos que permanecían excluidos del acceso al crédito por la banca tradicional. La compañía recibió el sello de huella de carbono 0 gracias a su aporte medioambiental y es la única compañía de préstamos en Colombia que cuenta con el sello de "Capitalismo Inclusivo" por sus iniciativas sociales. La compañía está próxima a expandir sus productos financieros por la región.



12

**MAN
HEI LOU**CO-FOUNDER
TREINTA

En 2020, Man Hei Lou en compañía de Lluís Cañadell fundó Treinta, una App que tiene como propósito convertirse en el aliado estratégico de las pymes y microempresas de Latinoamérica, con productos para su digitalización e inclusión financiera. Uno de ellos fue su aplicación móvil gratuita que ayuda a los negocios a digitalizar el registro de sus ventas y gastos, balances, inventario y tienda virtual. En 2023 Man Hei Lou lideró la implementación de la nueva función de Marketplace de Treinta y logró posicionarlo en tan solo 5 meses como el Marketplace b2b más grande del país, con presencia en más de 5 ciudades, entre las que destacan Bogotá, Medellín, Barranquilla, Pereira y Cali. Ya tienen más de 40.000 tenderos surtiendo su inventario a través del Marketplace, 37 de los principales proveedores del canal tradicional y cuentan con un portafolio de más de 15.000 referencias para los usuarios. Actualmente, Treinta es un ecosistema digital que ha logrado la digitalización de 1 de cada 5 tenderos y microempresarios del país, y cuenta con más de 5 millones de usuarios en Latinoamérica.

13

**CAMILA
ESCOBAR**PRESIDENTE
PROCAFECOL

Camila Escobar ha liderado Procafecol - administradora de la marca Juan Valdez- durante los últimos cuatro años. Entre los logros están el fortalecimiento de las políticas internas de equidad, diversidad e inclusión: en Juan Valdez, 66% de los colaboradores son mujeres, todas con equidad salarial y en posiciones de liderazgo con rangos de paridad. Así mismo, la junta directiva cuenta con 40% de participación femenina, frente a 10% de hace 3 años; el apoyo a programas internos de crecimiento profesional, que brindan formación integral a los colaboradores; a cierre de 2022, en comparación con 2018, Juan Valdez aumentó 51% la compra de café verde, y actualmente compra café de más de 10 regiones diferentes del país; en 2021, Juan Valdez recibió la certificación como Empresa B y se convirtió en la primera cadena de tiendas de café certificada en el mundo. En sostenibilidad destacan iniciativas de mitigación de cambio climático y el apoyo a jóvenes y mujeres cafeteros. La marca tiene 556 tiendas, 200 de ellas en 17 países como España, Malasia, Panamá, Paraguay, Kuwait, Perú, Argentina y Qatar.

14

**JEFFREY
FAJARDO**PRESIDENTE
PORKCOLOMBIA

Lleva cuatro años frente al gremio que representa los intereses de los porcuicultores del país y su trabajo ha incidido tanto en el aumento del consumo como en la producción de carne de cerdo. Un trabajo de planeación con los productores hizo que aumentara la producción promedio a una tasa anual del 6,4%, y registró un máximo histórico de 526.430 toneladas en 2022; a la par los precios del cerdo en pie en términos reales se incrementaron a una tasa anual de 10,6%, frente a un promedio anual de -0,5% durante la primera década del siglo, y -2,3% entre 2010 y 2018. La producción de la porcicultura se encuentra hoy en día valorada en 6,11 billones de pesos en términos nominales y en términos reales en \$3,97 billones de pesos, esto último es 3,3 veces más alto al registrado en 2010 (\$1,21 billones) y más del doble del promedio registrado en la década 2010-2019. Estos cambios se deben a que los productores empezaron a adoptar e interiorizar en sus propias estrategias empresariales el crecimiento entendido como la respuesta a un proceso de comercialización previamente diseñado.

15

**JONATHAN
MALAGÓN**PRESIDENTE
ASOBANCARIA

Este líder de solo 33 años ha sido el presidente más joven de Asobancaria. Malagón, ex ministro de Vivienda, lleva un año frente al gremio y su equipo destaca varios logros: el relanzamiento de la unidad estadística para reactivar y mejorar el Modelo de Equilibrio General Computable PEGASO, para dar respaldo técnico a cálculos, simulaciones y pronunciamientos; lideró la Convención Bancaria más exitosa de la historia, logrando el máximo de asistentes; lanzó los Objetivos de Finanzas Sostenibles, triplicó la producción de libros asociados con temáticas para el sector; lanzó con IFC el primer protocolo gremial de diversidad, equidad e inclusión; recuperó el buen ambiente laboral de la Asociación, encaminando la entidad a ser un Gran Lugar para Trabajar; recuperó la Revista Banca y Economía; atrajo nuevo talento y promovió el existente; mejoró la percepción del gremio ante los grupos de interés; centralizó los programas de educación financiera, lanzó la estrategia de presencia regional del gremio; incluyó al gremio en nuevas plataformas, alcanzando récord de reproducciones en YouTube, TikTok e Instagram.

16

**ALEJANDRO CARLOS
MESA NEIRA**MANAGING PARTNER
BAKER & MCKENZIE

Ha liderado la firma de servicios legales durante más de tres años, acumulando una experiencia profesional de más de 28 años en la industria. Durante su gestión, Baker McKenzie se ha convertido en una de las firmas internacionales más influyentes de Colombia, con un impacto significativo en mandatos regionales y globales. Esta consolidación se ha traducido en reconocimientos continuos y crecientes en los directorios más destacados de la industria legal, como Chambers & Partners y Legal 500, tanto para la firma en su conjunto como para sus abogados en diversas áreas.

17

**CATALINA
SÁNCHEZ AYERBE**CEO
VMLY&R COLOMBIA

Bajo su liderazgo, VMLY&R Colombia ha consolidado su relevancia en diversos mercados, con un enfoque particular en Estados Unidos. Esto les ha permitido gestionar proyectos desde Colombia para clientes como Amazon Prime a nivel regional. La operación de VMLY&R Colombia se sustenta en siete equipos clave, que abarcan áreas como la gestión, cuentas, creatividad, planeación estratégica, producción, operaciones y tecnología. A través de la sinergia entre estos equipos, VMLY&R ofrece soluciones integrales que impulsan el valor de los negocios de sus clientes.

Conozca las ventajas de dale!, la billetera digital de Grupo Aval

Grupo Aval ha incursionado en el segmento fintech con dale!, la billetera digital que permite a las personas realizar sus transacciones del día a día de forma ágil, segura y sin cobros por comisiones, reduciendo el uso del efectivo en los pagos cotidianos.

dale! ya cuenta con 1.7 millones de clientes, este rápido crecimiento, ubica a la fintech como una de las principales billeteras digitales de Colombia. Uno de los grandes aciertos de dale! para tener esa alta captación de usuarios en poco tiempo, ha sido apostarle a la inclusión financiera, acercando los medios de pago digitales a aquellos lugares donde la economía popular aún maneja un alto flujo de efectivo.

Además, desde dale! siempre se ha tenido claro que el camino para el uso es la interoperabilidad, dejar a un lado los ecosistemas cerrados y trabajar en habilitar en una misma platafor-

ma el mayor número de medios de pago. Es por eso que con dale! se pueden hacer y recibir pagos desde cualquier otra entidad o billetera en un sistema de pagos inmediatos y gratuitos, para lo que solo se necesita un número de celular.

Con el objetivo de aumentar las opciones para la digitalización del efectivo, dale! también ha estado trabajando en ampliar la red de correspondientes bancarios para recargas y retiros, contando con más de 32.000 puntos a nivel nacional, lo que convierte a esta red de correspondencia en una de las que cuentan con una mayor cobertura en el país.





**DALE! CUENTA
CON MÁS
DE 32.000
CORRESPONSALES
BANCARIOS A
NIVEL NACIONAL
PARA QUE SUS
CLIENTES PUEDAN
HACER RECARGAS
Y RETIROS SIN
NINGÚN COSTO.**

Por otro lado, como parte de su estrategia de bancarización, dale! ha sido pionera en prestar servicios de Banking as a Service (BaaS) en Colombia. Por medio de esta línea de negocio, dale! ofrece a otras compañías la posibilidad de integrar servicios financieros con el fin de mejorar su propuesta de valor, y explorar nuevos modelos de negocio, atrayendo clientes para su inclusión en el sistema financiero desde otras plataformas digitales.

PAGO DE SUBSIDIOS

Desde principios de 2022, dale! comenzó a dispersar subsidios junto con diferentes entidades públicas, como el Departamento para la Prosperidad Social y la Alcaldía de Bogotá. Hoy por medio de dale! se entregan subsidios a los beneficiarios de Ingreso Mínimo Garantizado y a estudiantes universitarios del Departamento del Atlántico que reciben de la Gobernación ayudas para transporte.

Dichos beneficiarios han dejado de recibir sus subsidios en efectivo y ahora reciben su plata de forma inmediata y segura en su propia billetera digital, libre del pago de comisiones y con una red de más de 3.200 cajeros en todo el territorio colombiano para realizar retiros gratuitos.



INVERSIÓN EN INNOVACIÓN

La billetera digital dale! está estrenando infraestructura tecnológica. La aplicación ha migrado a un nuevo core basado en una solución Software as a Service (SaaS), y diseñada para mejorar la experiencia de los usuarios ofreciendo un servicio más robusto y escalable, para ello está destinando más de 30 millones de dólares a innovación tecnológica.

El objetivo es lograr que dale! se posicione como la billetera digital preferida por los colombianos para sus pagos del día a día, asegurando la disponibilidad de la aplicación en momentos clave como el pago de nóminas, subsidios, compras o para cualquier transacción que el usuario tenga la necesidad de realizar, respondiendo en el momento oportuno con un servicio sin fricciones.



LA BILLETERA DE LOS AMANTES DEL ENTRETENIMIENTO EN VIVO

Un diferencial de dale! es ser la única billetera que permite comprar boletas de conciertos y espectáculos en etapa de preventa, así como otros beneficios preferenciales, de la mano de #ExperienciasAval, la plataforma de entretenimiento de Grupo Aval. Dado que la mayoría de sus clientes son jóvenes entre los 18 y 35 años, este beneficio es un gran incentivo para este segmento que tiene una fuerte afinidad con la categoría de entretenimiento.



Visión panorámica

El gerente general es el que hace que todo se mueva y alinea los equipos para que aporten lo mejor de cada uno. Es un líder integrador que permite cumplir con los propósitos organizacionales.



LA COORDINADORA DEL CONSULTORIO DE LIDERAZGO 360 DEL POLITÉCNICO GRANCOLOMBIANO, MARÍA GLORIA GONZÁLEZ, EXPLICA SOBRE EL ROL DEL GERENTE GENERAL QUE LA PLANIFICACIÓN, ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN SON HABILIDADES QUE TODO GERENTE DEBE PONER AL SERVICIO DE LA COMPAÑÍA.

“Los gerentes generales deben desarrollar un liderazgo transformacional de servicio y están orientados a generar espacios para construir una visión compartida, donde la alineación de sus equipos sea la prioridad para lograr resultados de valor en los grupos de interés”.

“Por otra parte, una habilidad gerencial es el pensamiento crítico, que le permitirá gestionar adecuadamente los recursos, investigar y analizar profundamente los diferentes escenarios para presentar soluciones al gobierno corporativo”.

La experta afirma que las habilidades directivas comparten tres elementos: los conocimientos, los métodos y los comportamientos; llamadas

dimensiones, las cuales comprenden las habilidades cognitivas, técnicas y humanas; que se mencionan a continuación y que requieren los gerentes generales (ver recuadro).

TECNOLOGÍA Y PERSPECTIVAS GLOBALES

El CEO de Workia, Alfredo Terlizzi, explica que los gerentes generales deben tener competencias similares a las de los presidentes de compañías, incluyendo el enfoque sistémico, la adaptabilidad y las competencias socioemocionales. Además, deben ser capaces de liderar equipos de manera efectiva y promover la alineación de objetivos hacia la satisfacción del cliente y lograr resultados extraordinarios.

El ejecutivo agrega que “en el mundo actual, no basta con conocer a profundidad el negocio o industria al que se pertenece, sino que es primordial el manejo adecuado de herramientas tecnológicas como la Inteligencia Artificial y la data para tomar decisiones de negocio

HABILIDADES CONCEPTUALES

- Conocimiento de la empresa u organización
- Orientación al logro
- Pensamiento estratégico
- Prospectiva
- Análisis y resolución de problemas
- Pensamiento crítico
- Innovación y creatividad
- Toma de decisiones

HABILIDADES TÉCNICAS

- Uso de las TIC's
- Bilingüe
- Mejora continua
- Gestión de Operaciones
- Normas de gestión
- Normatividad Legal vigente
- Responsabilidad Social

HABILIDADES SOCIALES O HABILIDADES BLANDAS

- Comunicación
- Trabajo en equipo
- Relaciones Interpersonales
- Resolución de problemas
- Liderazgo
- Empatía
- Inteligencia Emocional
- Gestión de Conflictos
- Ética

informadas y basadas en hechos reales que se estén presentando en el comportamiento del mercado.”

Según Terlizzi, en el mercado hay diferentes compañías de tecnología que ayudan a simplificar el ejercicio de gestión de información y calidad de datos para la correcta formulación de la estrategia, que lleve al aumento de la productividad, lo que a su vez conducirá a desarrollar nuevas oportunidades de negocio.

Por su parte, el Principal de Page Executive Colombia, Diego Monroy enfatiza en que el manejo y uso de las herramientas tecnológicas hace que los procesos que habitualmente tiene un negocio, bien sea de servicios o productos, sean mucho más eficientes y automatizados, haciendo que el talento humano se concentre en realidad en la generación de valor y aportar al negocio todo aquello que una máquina no puede hacer ni hará.

De igual forma, según Monroy, el conocimiento que el ejecutivo o líder tenga de entornos y tendencias globales de mercado como coyunturas económicas, políticas y sociales hace también que su toma de decisión sea mucho más estructurada y planeada con relación a esa dinámica, si el ejecutivo se encuentra en una burbuja y muy alejado de esa realidad, seguramente el éxito de sus acciones carecerá de peso y los resultados serán mucho más difíciles de alcanzar.

COMUNICACIÓN Y TRABAJO EN EQUIPO

Si el gerente general es el llamado a integrar a la organización, debe mantener una comunicación asertiva. Esta, según el director de Planeación y Gestión de Calidad de la Universidad Inpahu, Benjamín Cepeda, debe ser abierta y eficaz para permitir la resolución de problemas, administrar los recursos, y generar un ambiente creativo, innovador y propositivo. “Debe tener un entendimiento compartido y promover un ambiente de confianza en el que los miembros del equipo están dispuestos a ir más allá para lograr el éxito. Del mismo modo, debe promover la gobernabilidad y gobernanza, mediante mecanismos de buen gobierno para una efectiva y transparente rendición de cuentas a los diferentes stakeholders, promoviendo el desarrollo sostenible y la responsabilidad social”.

Según Cepeda, es “perentorio promover el trabajo en equipo, actuando en colaboración y cooperación, siendo más empáticos con los equipos que colaboran y trabajan entre sí, lo cual tiende a generar ideas más diversas y terminan con mejores resultados, en lugar de trabajar en forma aislada o competir”.

18

MARÍA ANDREA
VARGAS

GERENTE GENERAL DE NATURA Y AVON COLOMBIA

El negocio de la belleza, con una nueva cara

Como es conocido, hace un poco más de un año las compañías más importantes de venta directa de productos cosméticos con presencia en Colombia: Avon y Natura, tomaron la decisión de integrarse. La gerente general, María Andrea Vargas, ha liderado esta unificación, con prioridad en la innovación y en el bienestar de sus consultores de belleza.

TRES HAN SIDO LOS LOGROS MÁS IMPORTANTES DE LA GESTIÓN DE VARGAS, LA LÍDER FRENTE A LA INTEGRACIÓN DE NATURA Y AVON, EN EL ÚLTIMO AÑO: TRAZAR ESTRATEGIAS COMERCIALES QUE REFLEJAN LA EXPERIENCIA COMBINADA DE 49 AÑOS DE ESTAS FIRMAS EN BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL; crear una oferta más amplia y diversa para los consumidores y el compromiso con la sostenibilidad. Natura y Avon están listadas en el ranking de las 1000 empresas más grandes del país de la Superintendencia de Sociedades, en las posiciones 545 y 467, respectivamente y las utilidades de Natura ascendieron a 31.560 millones de pesos durante el ejercicio anterior.

En cuanto a la integración, según la gerente, representó un “reto inmenso”, pero ha priorizado el bienestar y



prosperidad de un universo más amplio de consultores de belleza. “Ellos son el corazón de nuestra empresa y dependen de la venta por catálogo para llevar un sustento digno a sus hogares. La integración ha fortalecido esta propuesta, asegurando que más personas se beneficien”.

En segundo lugar, está la democratización de la belleza, que, según Vargas ha sido una de las misiones más importantes de la compañía. “Esta visión nos ha llevado a promover activamente la diversidad y a romper estereotipos de belleza”.

Y, en cuanto a la sostenibilidad, la posición unificada de las dos compañías les ha permitido amplificar su impacto, enfocado en causas ambientales y sociales. “Nos hemos comprometido aún más en las causas sociales y medioambientales. El programa Amazonía Viva de Natura ha experimentado un mayor impacto y continuamos con nuestro firme compromiso con la lucha contra el cáncer de seno a través de Avon”, asegura la gerente.

Para esta ingeniera industrial, su mayor inspiración diaria “es el poder crear un impacto positivo en las vidas de las personas y en el planeta. Saber que cada decisión tomada en Natura y en Avon tiene el potencial de generar un cambio real, me impulsa a seguir ade-

lante con pasión y determinación. Este propósito se materializa constantemente a través de historias reales de individuos que transforman sus vidas a través de ambas marcas”.

Según la ejecutiva, los principios de Natura y Avon: adaptabilidad, comunicación constante y compromiso genuino con el equipo y la comunidad, le permiten hacer frente a los desafíos importantes de cada mercado. Esta organización se ha enfocado en mejorar en los mecanismos de venta directa a cargo de más de 132.000 consultores en todo el país: “Comprendemos las tendencias emergentes y los cambios del entorno, como la digitalización, y nos esforzamos por proporcionar las herramientas más actuales a nuestros consultores y consultoras para que se adapten y prosperen en cualquier escenario”, explicó la ejecutiva.

“Hemos centrado y priorizado la venta directa en el núcleo de nuestro negocio, que representa oportunidades para miles. Esta modalidad de negocio resuena profundamente en un país tan diverso y lleno de potencial como Colombia, brindando lo que denominamos “prosperidad, pertenencia y propósito” a muchos. Es motivo de gran satisfacción y motivación para nosotros ver casos de éxito de consultoras y consultores de belleza de Avon y Natura, quienes, gracias a la compañía, han encontrado oportunidades para expandir sus horizontes educativos y fortalecer su emprendimiento, lo que me reafirma que estamos contribuyendo al desarrollo sostenible del país”.

“Cuando pienso en el 2024 y en todo lo que Natura y Avon pueden lograr en un país en transformación como Colombia, se renueva mi entusiasmo. Nos adaptamos a los cambios del país, y aunque esto naturalmente conlleva retos para nuestro negocio, nuestra respuesta siempre ha sido enfocarnos en la adaptabilidad e innovación”.

“EN COLOMBIA HEMOS CENTRADO Y PRIORIZADO LA VENTA DIRECTA EN EL NÚCLEO DE NUESTRO NEGOCIO. ESTA MODALIDAD RESUENA PROFUNDAMENTE EN UN PAÍS TAN DIVERSO Y LLENO DE POTENCIAL”.



19

**HÉCTOR
CORREDOR**

MANAGING DIRECTOR DE MERCEDES-BENZ COLOMBIA

EL LÍDER DE MERCEDES-BENZ COLOMBIA COMPARTE SU VISIÓN PARA EL FUTURO DE LA COMPAÑÍA EN MEDIO DE LOS DESAFÍOS ACTUALES.

Transformación, resiliencia y compromiso con el futuro

El directivo ha enfrentado un año desafiante. Dentro de los logros se pueden destacar el aporte a la transformación de la industria, el crecimiento sostenible en medio de turbulencias y el trabajo para la sostenibilidad no solamente de la empresa sino de su entorno.

"LA ADAPTACIÓN RÁPIDA DE LA TRANSFORMACIÓN DE LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ HA SIDO PRIMORDIAL", AFIRMÓ EL LÍDER DE MERCEDES-BENZ COLOMBIA.

Esta transformación incluye una transición hacia la movilidad eléctrica y la incorporación de tecnologías autónomas. Según explica la compañía ha trabajado arduamente para mantenerse a la vanguardia invirtiendo en investigación y desarrollo para ofrecer vehículos eléctricos de alta calidad y soluciones de movilidad inteligente.

Otro desafío importante ha sido mantener a su equipo altamente motivado en una industria que ha visto

MERCEDES BENZ NO SOLO ES UNA EMPRESA QUE GENERA EMPLEO. TAMBIÉN PROMUEVE LA MOVILIDAD SOSTENIBLE Y LA TECNOLOGÍA LIMPIA.

una caída cercana al 30 por ciento. Sin embargo, han logrado mantener un equilibrio financiero a pesar de la situación actual del país. Su estrategia de ofrecer productos premium en la categoría de lujo y enfocarse en la satisfacción del cliente ha consolidado su posición en el mercado.

Así mismo el alto ejecutivo destacó su compromiso con la movilidad sostenible y la tecnología limpia, con la proyección de ser carbono neutro para el 2030.

El líder de Mercedes-Benz Colombia también enfatizó su orgullo por la contribución a la comunidad a través de proyectos de responsabilidad social corporativa, reafirmando su compromiso con el bienestar de las comunidades en las que operan.

Al indagar sobre su inspiración para liderar una compañía en tiempos desafiantes, destacó su deseo de marcar la diferencia en el mundo, ofreciendo productos y soluciones de movilidad excepcionales, siendo un líder en sostenibilidad y responsabilidad corporativa. Su pasión por la industria, el compromiso con la excelencia y el impacto positivo en la sociedad son sus principales motores.

Además, subrayó la importancia de salir de la zona de confort y pensar de manera diferente, reconociendo que lo que funcionó en el pasado no necesariamente será exitoso en el presente.

En un país como Colombia, con numerosos problemas económicos, sociales, políticos y de orden público, mantener una compañía estable y un equipo motivado es un desafío monumental. El líder de Mercedes-Benz Colombia explicó que esto requiere flexibilidad, adaptabilidad, diversificación de productos y servicios, resiliencia financiera, compromiso con la comunidad y una gestión cuidadosa de riesgos.

En cuanto a su visión para Mercedes-Benz en Colombia en el 2024, la describe como una empresa líder en innovación y sostenibilidad, contribuyendo al progreso del país y colaborando estrechamente con las autoridades y la sociedad civil para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades de la nueva era de la movilidad y la transformación económica. Mercedes-Benz no solo se ve como generador de empleo, sino también como promotor de la movilidad sostenible y la tecnología limpia.

En medio de la adversidad, Mercedes-Benz Colombia se mantiene firme en su compromiso de liderar la industria automotriz con visión, resiliencia y un enfoque sólido en la sostenibilidad, prometiendo un futuro brillante para la empresa y el país.

Directrices Gerenciales para un Crecimiento Sostenible: El caso de... Empanadas El Machetico

EMPANADAS EL MACHETICO, UNA MARCA QUE CON SUS PRODUCTOS HA DELEITADO A LOS PALADARES DURANTE LAS ÚLTIMAS CUATRO DÉCADAS, Y QUE CELEBRARA SU 38 ANIVERSARIO. NUESTRA QUERIDA MARCA PAISA, FAMOSA POR SUS EXQUISITAS EMPANADAS, HA SIDO UN PILAR EN LA HISTORIA Y CULTURA DE MEDELLÍN DESDE SU APERTURA EN 1985. QUIÉN NO CRECIÓ COMIENDO ESTA RICA EMPANADA A LO LARGO DE LOS AÑOS ? *Por Jose Camacho Montoya**

LA EMPRESA COMENZÓ CON UNA PRODUCCIÓN BÁSICA, PERO CON UNA VISIÓN CLARA, Y UNA PASIÓN QUE AÚN CONSERVA. A través de la disciplina y superando las dificultades que se presentaron en el camino, lo que en un principio fue un modesto emprendimiento, hoy es una marca apreciada, reconocida y que está en la mente y el corazón de los consumidores.

El Machetico siempre ha tenido al consumidor como su razón de ser, por eso se propuso un ambicioso reto, que era ofrecer a sus consumidores una variedad completa de productos tradicionales colombianos, para disfrutar en un solo lugar, donde todas las personas independientemente de su estrato, pudieran deleitarse dado sus precios asequibles. Por lo tanto decidió diversificar su portafolio más allá de las tradicionales empanadas, (carne, rancheras, pollo y tocineta, paisa, carne desmechada, queso y arroz), desarrollando otras delicias como pasteles de pollo, arepas de huevo, papas rellenas, panzerottis, palitos de queso y exquisitos aderezos como acompañamiento.

Luego ante la creciente demanda y conscientes de la necesidad de escalar nuestra producción, se dio inicio a un cambio tecnológico de automatización y proceso de ultracongelación (Únicos en el Mercado), cumpliendo con toda la normatividad avalada por INVIMA.

Nuestra sorpresa fue el llamado de emprendedores que deseaban formar parte del negocio, dada la aceptación en el mercado, quienes nos proponían la adquisición de nuestra marca y propuesta de sociedades. Dado lo anterior, se tomó una decisión estratégica en el año 2011, de iniciar el modelo de franquicias. Este



ambicioso paso fue precedido por dos años de asesoría proporcionada por una empresa paisa de amplia experiencia y reconocimiento nacional, Expansión & Gestión Empresarial. Este proceso implicó una reestructuración integral en áreas clave, incluyendo producción, logística, jurídica, financiera, mercadeo y gerencial. Hoy en día, contamos con 55 tiendas franquiciadas a nivel nacional que generan 180 empleos directos y somos miembros de la Cámara Colombiana de Franquicias (Colfranquicias). Actualmente nos preparamos para la exportación a los Estados Unidos, estamos comprometidos con la sostenibilidad, inclusión y capacitando a nuestros líderes en IA (Inteligencia Artificial), para utilizar esta herramienta en mejorar la eficiencia en la toma de decisiones.

Considero que el crecimiento de nuestra marca y compañía se ha basado en la pasión, liderazgo, constancia, disciplina, resiliencia, flexibilidad, sostenibilidad y trabajo en equipo. Estas características son las herramientas para enfrentarse y salir adelante ante escenarios cambiantes de índole Política (cambio de gobierno),

económica (Inflación, decrecimiento, altas tasas de interés) y otros como la pasada pandemia que afectó al mundo en general. Todas, variables exógenas y que por lo tanto no podemos controlar.

En nuestra empresa, valoramos a las personas, son más de 90 colaboradores directos y reconocemos que son el pilar fundamental. La política gerencial de El Machetico se rige por la premisa de que "La gerencia está al servicio de los colaboradores y no los colaboradores al servicio de la gerencia". Este enfoque representa nuestro estilo y sello distintivo, donde como Director Ejecutivo(CEO), me propuse a ser un facilitador de procesos, permitiendo que cada líder de departamento realice su gestión de la mejor manera posible, proponga ideas y tome decisiones. Creemos firmemente que el Gerente es un guía, sin dirección tóxica con el equipo y que está presto a aprender de los demás, porque la Gerencia no es sinónimo de el que más sabe. Debe escuchar con empatía para dirigir al equipo de manera óptima, y tomar decisiones con su equipo, para lograr resultados con la gente y no a costa de la gente.

El crecimiento de la empresa debe ir siempre de la mano con el crecimiento económico y profesional de nuestros colaboradores. Generar confianza, alegría en el trabajo diario y mejorar la autoestima profesional. Nos esforzamos por crear un ambiente donde todos se sientan valorados, empoderados y motivados a contribuir al éxito colectivo, sabiendo que juntos podemos lograr metas más altas y duraderas.

** CEO - El Machetico.
presidencia@grupo-polar.com*



20

EDWIN MUÑOZ

GERENTE GENERAL DE LA EMPRESA PARA LA SEGURIDAD Y SOLUCIONES URBANAS, ESU, DE MEDELLÍN

Tecnología de vanguardia para el mundo

La transformación que durante el último año ha vivido ESU, empresa industrial y comercial del Estado, con sede en Medellín, incluye un nuevo portafolio de servicios en tecnología, redes y telecomunicaciones, además de su línea tradicional de seguridad y gestión urbana y del riesgo.

LA EMPRESA PARA LA SEGURIDAD Y SOLUCIONES URBANAS, MÁS CONOCIDA COMO ESU, LLEVA UN AÑO EN TRANSFORMACIÓN TOTAL. El artífice de esa transformación es su gerente general, Edwin Muñoz, quien le ha dado un nuevo direccionamiento estratégico, con renovación del portafolio de servicios incluida y que ha sumado a las tradicionales soluciones de seguridad, las de tecnología y ciberseguridad.

Parte de los retos del último año para esta empresa Industrial y Comercial del Estado, han sido navegar por la nueva estrategia, al tiempo que trabaja en el posicionamiento de la compañía no solo en el país, sino también en el ámbito internacional; proyectos como la puesta en funcionamiento del primer piloto de la aeropista con aeronaves no tripuladas sobre el río Medellín y superar los indicadores de ventas y ejecución, de la mano de la creación de nuevos productos, nueva infraestructura y generación de empleo.

Y, justamente el componente humano es uno de los más importantes. Según el gerente, uno de los desafíos del último año ha sido la creación de la “Locomotora de los Sueños”, programa que trabaja para cumplir los sueños y metas de los empleados y que ha beneficiado a más de 30 empleados con transporte, becas y vivienda en los últimos tres años.

La inspiración de este ingeniero de sistemas de la Universidad Cooperativa de Colombia para levantarse a diario es “la responsabilidad de servir tanto a las personas,

a la ESU, sus empleados y familias, y especialmente con Dios”.

CULTURA DE INNOVACIÓN

La ESU se ha enfocado en ser una entidad predictiva y ha creado nuevos modelos de ingresos mediante la diversificación del portafolio, con el fin de superar los retos que plantea moverse en la economía colombiana.

“Implementamos una estrategia financiera que nos garantiza reservas que permiten a la entidad permanecer varios meses sin ingresos, lo que facilita adaptarnos al entorno con calma y de manera estratégica. Fortalecimos la cultura de la innovación, dándole herramientas al equipo para que continúe creando productos con alto

valor agregado, fortaleciendo las competencias, los valores y la ética. También diseñamos un modelo de vigilancia tecnológica que nos permite estar un paso adelante”, explica el gerente general.

La visión del ingeniero Edwin para 2024 es darle continuidad al fortalecimiento

de sus pilares de trabajo: Sostenibilidad, Innovación, Impacto a la comunidad, Seguridad, Crecimiento y Expansión. “Estos pilares le aportarán no solo a Medellín sino al país en generación de empleo, turismo e innovación. Adicionalmente, nuestro país está en grandes procesos de transformación y especialmente en la búsqueda de una paz total que si puede dar resultados positivos puede motivar las inversiones del Estado, nacionales y extranjeros, esto dinamizará la economía y por ende se generaran posibilidades de negocios para la ESU”.

“NOS HEMOS ENFOCADO EN SER UNA ENTIDAD PREDICTIVA, CON UNA MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS ESTRATÉGICOS CLARAMENTE DEFINIDOS QUE NOS MOTIVAN A SUPERAR LAS DIFICULTADES QUE NUESTRO PAÍS NOS PLANTEA CADA DÍA”.

En On Net Fibra

la red neutral de fibra óptica al hogar
más grande de Colombia,

ESTAMOS ENFIBRADOS

con lo que somos y lo que hacemos, con lo que
mueve a nuestros clientes y a los clientes de ellos.

ESTAMOS ENFIBRADOS

con apoyarlos para posibilitar los sueños de nuestros
niños, los proyectos de nuestros jóvenes y las metas
de miles de empresas.



ESTAMOS ENFIBRADOS

con entregar la mejor calidad y la mayor
velocidad a las comunicaciones de todos,
las expresiones de todos y los potenciales
que buscan surgir en el mundo.

ESTAMOS ENFIBRADOS

con ayudarte a llevar como protagonista de
las telecomunicaciones, a miles de personas
y miles de emprendimientos, al lugar que se
han ganado, por su trabajo y compromiso,
en nuestro país y en el mundo entero.

Por eso en On Net Fibra estamos enfibrados contigo,
y las audiencias a las que conectas, para hacer de la vida,

¡EL MEJOR LUGAR PARA TODOS!

ON*NET FIBRA
ENFIBRADOS

21

JOSÉ
CAMACHO

PRESIDENTE DEL GRUPO POLAR

Liderando el éxito en tiempos desafiantes

El presidente del Grupo Polar compartió sus reflexiones sobre los desafíos y triunfos del último año de su gestión, así como su inspiración diaria y la visión futura para su empresa y el país en general.

IDENTIFICA TRES LOGROS SIGNIFICATIVOS EN EL ÚLTIMO AÑO.

Primero, la consolidación de un equipo de líderes comprometidos en todos los departamentos de la empresa, alineados con la estrategia organizativa.

Segundo, el bienestar y el crecimiento de los colaboradores, que no solo se refleja en lo económico sino también en su satisfacción laboral.

Tercero, la expansión de la marca en formato de empanadas y comida de línea amarilla en los principales centros comerciales de Medellín, donde ahora compiten con éxito con marcas nacionales e internacionales en más de 55 tiendas bajo el modelo de franquicias. Unos grandes logros empresariales que logran posicionar al Grupo Polar como una empresa en plena expansión en Colombia.

José Camacho, economista con una especialización en Gerencia de Mercadeo, ha desempeñado un papel destacado en el ámbito académico como profesor universitario durante más de 15 años. Además, posee una amplia experiencia empresarial que abarca más de 18 años en el sector privado, y 20 años liderando su propia empresa.

Es un experto en el modelo de franquicias, respaldado por el éxito de su marca, "El Machetico", que cuenta con 55 franquicias. Su destacada trayectoria le ha valido el reconocimiento de Colfranquicias y Fannyf como un franquiciante de referencia en los últimos 10 años.

La motivación de Camacho tiene un fundamento claro: "Saber que cada día puedo ayudar a los demás a través de la empresa." Un ejemplo de cómo poner en el centro el bienestar de las personas puede ser el motor que ayude a la expansión de las organizaciones.

Así mismo, se destaca su compromiso de contribuir al crecimiento de las personas y sus familias, beneficiando a unas 250 personas directa e indirectamente a través de la organización.

ESTABILIDAD EN TIEMPOS DIFÍCILES

En un país con desafíos económicos, sociales, políticos y de orden público, la estabilidad del Grupo Polar está garantizada.

Camacho enfatizó que los buenos resultados se logran con un grupo de colaboradores comprometidos y no



JOSÉ CAMACHO, PRESIDENTE DEL GRUPO POLAR, LIDERANDO CON PASIÓN Y VISIÓN EN LA INDUSTRIA DE ALIMENTOS CONGELADOS EN COLOMBIA.

a costa de su trabajo. "La clave es empoderar, confiar en las personas y tomar decisiones en beneficio de todos. La gerencia está al servicio de los colaboradores, no al revés", indicó.

ASUMIENDO RETOS

Mirando hacia el futuro, Camacho espera que el Grupo Polar sea reconocido como una de las principales productoras de alimentos congelados a nivel nacional.

La empresa, que ya tiene una presencia significativa en Antioquia, continuará siendo pionera en tecnología y cumpliendo con las estrictas normas de producción de alimentos. La estabilidad laboral y el bienestar de los colaboradores seguirán

siendo fundamentales para alcanzar los objetivos personales y familiares de cada miembro del equipo.

Sin embargo, el panorama no está exento de desafíos. La incertidumbre gubernamental, la inflación,

las tasas de interés elevadas y la volatilidad del tipo de cambio son variables que afectan la empresa. Aunque estas condiciones pueden desacelerar la economía, Camacho subraya que, como empresa, tienen la capacidad de navegar estas aguas turbulentas en equipo y

alcanzar un puerto seguro.

Bajo su liderazgo, el Grupo Polar ha crecido hasta contar con 80 colaboradores y ha mantenido una marca sólida y respetada durante 38 años.

PARA 2024, CONTINUAR ADAPTÁNDONOS A LAS CIRCUNSTANCIAS DEL PAÍS, COMO GERENTES DEBEMOS SER FLEXIBLES Y TOMAR LAS DECISIONES MÁS ACERTADAS SEGÚN EL ESCENARIO.

Nuevos retos de la gerencia

LA EDUCACIÓN SUPERIOR EN COLOMBIA ENFRENTA SERIOS DESAFÍOS.

Por Juan Santiago Correa Restrepo*



EN LOS ÚLTIMOS AÑOS HEMOS VISTO UNA CONTRACCIÓN DE LA DEMANDA POR PROGRAMAS PROFESIONALES EN LAS UNIVERSIDADES PÚBLICAS Y PRIVADAS, LO CUAL SE HA DEBIDO, ENTRE OTRAS CAUSAS, A UN DESENCANTO DE LAS NUEVAS GENERACIONES POR LOS TÍTULOS PROFESIONALES, en la medida en que se percibe que estos ya no les garantizan el acceso al mercado laboral; así mismo, debido a las condiciones generales de la economía, los jóvenes requieren de validar competencias para un acceso temprano al mercado laboral, en las que las certificaciones de las mismas se convierte en la vía de entrada para conseguirlo; por último, las nuevas generaciones cada vez exigen, con razón, programas más flexibles y con altos contenidos en nuevas tecnologías, lo cual muestra un rezago frente a lo que, en términos generales, se ofrece en el sistema. Por otra parte, no podemos desconocer que la pandemia aceleró el proceso de migración a ambientes virtuales, en los cuales la asistencia tradicional al salón de clase

ha sido reemplazada por nuevas dinámicas pedagógicas y de aprendizaje, que no siempre han sido de fácil adopción en nuestro medio.

Como decano estos han sido asuntos centrales que hemos abordado, en primer lugar, desde la implementación de micro certificaciones y certificaciones que pueden obtener nuestros estudiantes, las cuales les permiten validar competencias laborales en temas como el marketing digital, el pensamiento estratégico, las finanzas computacionales o la analítica de negocios, entre otros, de tal manera que tengan la posibilidad de una inserción exitosa en el mercado laboral. En segundo lugar, hemos realizado una revisión profunda de los currículos, de tal manera que éstos brinden mayor flexibilidad en las rutas de formación que los estudiantes pueden escoger, brindándoles la posibilidad de realizar doble programa con otros de nuestros pregrados o mediante rutas de profundización complementarias a través de énfasis profesionales, o con un enlace más claro y fluido con nuestros posgrados; En tercer lugar, hemos puesto en el centro de la formación de nuestros estudiantes los temas computacionales y tecnológicos, los cuales les brindan competencias fundamentales en el ejercicio profesional actual.

Así mismo, convencidos que el centro del proceso formativo es el estudiante, se han implementado laboratorios de cocreación en los cuales confluyen con nuestros egresados, el sector productivo, nuestros profesores y estudiantes en espacios en los cuales, a través de proyectos o de desafíos, se buscan soluciones pertinentes a problemas de la vida real con métodos de vanguardia. En la actualidad se encuentra operando el Laboratorio de Economía y Finanzas Computacionales y estamos diseñando, para lanzar próximamente, nuestros laboratorios de microeconomía y el de marketing, que tendrá un énfasis en lo digital.

Por último, convencidos de las lecciones que nos dejó la pandemia, hemos puesto en marcha un proyecto de programas virtuales, en los cuales se amplía la oferta desde el nivel tecnológico hasta el posgradual, cubriendo diferentes necesidades de formación, con programas innovadores,

CONVENCIDOS QUE EL CENTRO DEL PROCESO FORMATIVO ES EL ESTUDIANTE, SE HAN IMPLEMENTADO LABORATORIOS DE COCREACIÓN EN LOS CUALES CONFLUYEN CON NUESTROS EGRESADOS, EL SECTOR PRODUCTIVO, NUESTROS PROFESORES Y ESTUDIANTES EN ESPACIOS EN LOS CUALES, A TRAVÉS DE PROYECTOS O DE DESAFÍOS, SE BUSCAN SOLUCIONES PERTINENTES A PROBLEMAS DE LA VIDA REAL CON MÉTODOS DE VANGUARDIA.

con el concurso de expertos temáticos del más alto nivel, lo que nos permitirá tener una oferta novedosa, centrada en el estudiante y con la posibilidad de apuntalar nuestra estrategia de regionalización, la cual se había desarrollado hasta ahora en modalidad presencial, por medio de una cobertura más amplia y de alta calidad.

* Decano de la Facultad de Ciencias Económicas-Administrativas de la Universidad Jorge Tadeo Lozano

22 ÓSCAR MAURICIO CHAPARRO NÚÑEZ

GERENTE GENERAL GELSA

Este ejecutivo ha llevado al Grupo Gelsa, titular de la marca "Paga Todo" y principal accionista de empresas que operan el Baloto en Colombia: Betplay, Súper Astro, La Fintech Powwi; a posicionarse como líder en juegos de azar. De igual manera, mediante su firma Datacenter Colombia, el grupo integra más de 400 soluciones en pagos, juegos, seguros, corresponsalía bancaria, pines y recargas, con un registro de 1,7 millones de transacciones diarias. El grupo, promueve la empleabilidad en 10 mil madres cabeza de hogar, jóvenes de primer empleo y adultos mayores.

23 CARLOS PORTELA

GERENTE GENERAL ADHESIVOS INDUSTRIALES HENKEL.

Carlos ha sido clave en crecimiento de doble dígito del negocio en el país, y también posicionó a Colombia en el top 5 de ventas de adhesivos industriales en América Latina; algunos países están adoptando programas desarrollados en Colombia para replicarlos en sus mercados. Gracias a un equipo orientado a la ejecución rápida y eficiente, logró que las cuentas clave del negocio crecieran, apoyando a los clientes en productividad y sostenibilidad. "Con los adhesivos industriales ayudamos a las empresas a reducir su impacto medioambiental."

24 ALEJANDRO BOTERO ESCOBAR

DIRECTOR GENERAL STF GROUP

Este ejecutivo lidera la firma STF, propietaria de las marcas Studio F, Ella y Studio F Man, que en 2023 destinará más de 1,5 millones de dólares a proyectos de inversión y/o actualización tecnológica, especialmente en sistemas de facturación en tiendas, sistema de trazabilidad de producción que va desde el diseño hasta el inventario del producto terminado, y la actualización del software de crédito propio. La compañía planea abrir o remodelar 40 tiendas en Colombia, con inversiones que superan los 15.000 millones de dólares y en 18 de ellas se incluirá la marca Studio F Man, la división de moda para hombres.

25 DIEGO BERMÚDEZ FARÍAS

GERENTE GENERAL PARQUE ARAUCO

El gerente general de Parque Arauco le apuesta a la sostenibilidad y la inclusión. Lideró la adquisición del 32,5% del centro comercial Titán Plaza, actualmente desarrolla tres proyectos Multifamily y con la firma le está apostando a la sostenibilidad con varias iniciativas: el mapa de riesgos y oportunidades relacionadas con el cambio climático (TCFD) y fijación de metas basadas en el estándar Science Based Targets Initiative (SBTI); está implementando el sistema de gestión ambiental ISO 14.001 en sus operaciones en Colombia. Los centros comerciales Parque La Colina, Parque Arboleda, Parque Caracolí y Outlet Arauco Sopó, obtuvieron la certificación en 2022.

26 ADRIANA CASADIEGO

DIRECTORA DE OPEL EN COLOMBIA.

Esta ejecutiva se ha destacado por liderar el posicionamiento de Opel en Colombia, marca con más de 160 años de historia y con presencia en el país desde el 2021. Durante sus dos primeros años en el mercado colombiano, ha completado más de 463 unidades vendidas. De hecho, con la caída del mercado automotor a nivel nacional. Logró matricular 96 unidades entre enero y agosto de 2023, manteniendo el ritmo de ventas. Cali es la más reciente vitrina de la marca, de la mano del concesionario Los Coches. La meta de Opel es continuar llevando la experiencia "100% alemán, nada convencional" a más rincones del país.

27 CARLOS ARTURO CALLE

GERENTE GENERAL ARTURO CALLE

Carlos Arturo Calle lleva más de dos décadas al frente del Grupo Empresarial Arturo Calle. Su liderazgo y habilidades para el negocio le han permitido aportar a la expansión y crecimiento de esta empresa familiar que ya está en Guatemala, Panamá, Costa Rica, El Salvador y Perú. A este último país, Arturo Calle llegó en abril, lo que le permitió al conglomerado llegar a Suramérica, completando 11 tiendas en esos cinco países. La compañía ha consolidado un portafolio de nueve marcas para toda la familia, entre las que se cuentan Arturo Calle Kids, Arturo Calle Woman y Freedom. Sostenibilidad y tecnología le han permitido fortalecer la innovación.

28 ANA DOLORES ROMÁN

GERENTE GENERAL PFIZER COLOMBIA Y VENEZUELA

Este año recibieron el reconocimiento de Aequales como la primera compañía del sector farmacéutico, la quinta en Colombia y la novena en Latinoamérica, al implementar políticas y acciones que promueven la equidad de género, la diversidad e inclusión. En 2023 se cumplen 70 años de presencia de la farmacéutica en Colombia, hito que celebran con la iniciativa Ibreat, que donó escáneres portátiles a la Fundación Sersocial, Anas Wayúu; distribuyen terapias a pacientes en medio de una urgencia vital y ofrecen herramientas de educación gratuitas a los profesionales de la salud: Oncolearning, Pfizer Pro y Edirai.

29 MANUEL TORRES

COUNTRY MANAGER CABIFY COLOMBIA

Como Country Manager de Cabify Colombia y junto con el equipo que se esfuerza cada día por sacar adelante las iniciativas, el ejecutivo ha apoyado la transformación de la movilidad en el país, integrando diversas soluciones como las recientes categorías "Haz Tu Oferta" y "Cuanto Antes, además de consolidar un negocio sostenible con un impacto local. Cabify no es solo una solución de movilidad, es una solución integral que cuida al medio ambiente, al mismo tiempo que genera más ingresos para sus más de 120.000 conductores asociados y evoluciona junto con la seguridad de cada viaje.

30

**ANA
VERNAZA PIZARRO**

GERENTE GENERAL ELECTROLUX

Ana Vernaza es la persona que ha llevado las riendas de Electrolux en Colombia, Perú, Ecuador y Venezuela desde 2021. Hoy la operación de estos países se destaca, pues 56 % de sus cargos son ocupados por mujeres, quienes además ocupan un poco más de la mitad de los cargos de liderazgo de la compañía, siendo el área comercial la que posee el porcentaje más alto en ambos aspectos. Bajo su liderazgo Electrolux ha podido identificar que los equipos diversos funcionan mejor, son más creativos e innovadores, y con la presencia de mujeres, especialmente en cargos directivos, tienden a ser más resilientes al cambio. Las mejoras en asuntos de equidad, flexibilidad, empatía y profesionalismo tras la presencia de mujeres en los puestos directivos ha impactado de manera directa en los resultados de la compañía y en las tasas de retención del talento.

31

**PATRICIA
MANZANO**

GERENTE GENERAL LIBERTY NETWORKS

Patricia Manzano es una de las líderes en el concepto de outsourcing estratégico de servicios tecnológicos en el país, que permite a las empresas concentrarse en el núcleo de sus negocios, la innovación y los proyectos para la nueva era digital. Este modelo confía la operación de los sistemas que respaldan los procesos misionales de las empresas a un tercero, con el fin de fomentar su crecimiento y la generación de empleo. Al frente de Liberty Networks -antes C&W-, Manzano ha liderado el cambio de marca y está concentrada en la fidelización de los clientes actuales, promover la mentalidad centrada en ventas, utilizar la nueva identidad de marca para resaltar la robustez de su red, enriquecer el portafolio de soluciones y la modernización tecnológica, extensión de la red terrestre y soluciones avanzadas para el acceso a nubes públicas y privadas, complementado con el fortalecimiento de la infraestructura subyacente de dichas soluciones.

32

**ANDREA
SIERRA**

GERENTE GENERAL FONTANAR

Como muchos líderes del país, esta ejecutiva mantuvo a flote la empresa durante la pandemia y encabezó su recuperación, con un crecimiento 2% superior a la meta. Además, dio la bienvenida a 15 nuevas marcas a las instalaciones para cerrar el año con el 98,3% de ocupación. Sierra es una abanderada de la equidad, por lo que el centro comercial cuenta con una política de no discriminación que garantiza igualdad de oportunidades: 59.45 % de la plantilla está conformada por mujeres y 40.55%, por hombres. En el fomento del emprendimiento a mujeres y jóvenes de la comunidad local ha apoyado a más de 100 mujeres y a 40 jóvenes emprendedores. En una apuesta por la sostenibilidad, mediante alianzas se han instalado más de 675 paneles solares, se han desarrollado ferias de movilidad sostenible y tropas ambientales, en conjunto con el gobierno local de Chía, entre otras iniciativas.

33

**ANA JIMÉNEZ
SÁNCHEZ**GERENTE GENERAL
GOTRENDIER COLOMBIA

Hoy, más de nueve millones de usuarias compran ropa mediante esta aplicación en Colombia y México. Además del posicionamiento de la plataforma, la ejecutiva lidera diversas iniciativas de RSE, basadas en el cuidado del medio ambiente y apoyo a la comunidad en alianza con el Programa Nacional Carbono Neutralidad, Siembra de 180 millones de árboles del Ministerio de Medio Ambiente; gestionó el certificado de negocio verde por parte de la Secretaría Distrital de Ambiente de Bogotá y ha logrado aportar a la reforestación a través de la Fundación Humedales de Bogotá y Red de Árboles, plantando especies nativas en el Páramo de Sumapaz, Choachí y La Calera. En lo social, Jiménez apoya a fundaciones que trabajan con mujeres y niños víctimas de violencia, y sobrevivientes de cáncer de mama mediante donaciones.

34

**GUSTAVO
CASTELLANOS**GERENTE GENERAL DE KIMBERLY-CLARK
PARA COLOMBIA, ECUADOR Y VENEZUELA

Gustavo es el responsable de la operación integral del negocio de consumo masivo para estos mercados, donde lidera equipos de alto rendimiento, que han ayudado a fortalecer la posición de la compañía. En 2022, este ejecutivo logró un crecimiento en ventas cercano al 35% y una mejora en la utilidad neta superior a US\$15 millones, debido a inversiones por US\$80 millones que se realizaron entre 2020 y 2021. A pesar del panorama económico retador, el gerente ha confiado siempre en el potencial y crecimiento del mercado colombiano, por lo cual, liderará en el próximo año una inversión de más de USD \$20 millones, que incrementará la capacidad productiva y la gestión del agua e innovación de las plantas ubicadas en Tocancipá, Barbosa y Puerto Tejada. Además, en Colombia, la firma ha generado más de 1.353 empleos directos e indirectos.

35

**CLAUDIA
VARELA**BIOMARIN
ASSOCIATE DIRECTOR

Se ha destacado por promover un enfoque integral y multidisciplinario en la atención de una población de alrededor de 80 mil pacientes en el país. Su labor se ha centrado en la promoción de la educación y la conciencia en diversos ámbitos profesionales. Fomenta la colaboración entre actores sociales, tanto del sector público como del privado, y su gestión como gerente prioriza el bienestar del paciente, considerando aspectos más allá de la terapia. Reconociendo que la ciencia aborda parte de los desafíos.

36

**SUSANA
PELÁEZ**GERENTE GENERAL
CUSEZAR

Se destaca en un sector constructor que ha experimentado altibajos en los últimos meses. A pesar de estos desafíos, ha demostrado su capacidad para adaptar dinámicas empresariales y conducir procesos exitosos en momentos coyunturales. Peláez es una firme defensora de la cultura organizacional basada en valores como la integridad, el enfoque en el cliente, la innovación y el desarrollo del talento, lo que se refleja en su liderazgo coherente. Además, ha impulsado el crecimiento de líderes tanto dentro como fuera de la organización. En cuanto a la gestión de Cusezar, ha logrado mantener los precios de venta sin comprometer la rentabilidad, optimizando procesos técnicos a través de su liderazgo.

37 JOSÉ IGNACIO SOTO

HEAD OF BUSINESS
FINTECH LÍQUIDO

La fintech Liquido logró un crecimiento exponencial en tan solo un año de operación: pasaron de un volumen de procesamiento de pagos de \$300,000 USD al cierre de 2022 a \$25,000,000 USD al cierre de 2023. “Este crecimiento es testimonio de la eficacia de nuestras estrategias y la aceptación del mercado colombiano de nuestras soluciones innovadoras en el ecosistema de pagos en Colombia. La creación de la tienda en WhatsApp que se integra con plataformas de comercio electrónico y nuestro procesador de pagos han sido propuestas destacadas y les han permitido a nuestros clientes acceder a métodos de pago más eficientes”, explica su gerente general. La empresa ha logrado llegar a diversos clientes como EPM, Maaji, Zúbale, Hogarú y Blind Creators, diversificación que muestra su capacidad para atender a diferentes sectores de la economía y adaptarse a un mercado cambiante.

38 NATALIA GRANADOS DÍAZ

GERENTE GENERAL
GILEAD SCIENCES

Desde hace un año, la farmacéutica norteamericana Gilead Sciences abrió una filial en Colombia. La líder de esa apertura ha sido Natalia Granados Díaz, quien ha montado la operación en el país con altos niveles de eficiencia y resultados. Un equipo de alrededor de 40 personas experimentadas en el sector salud se unió a la compañía, ejemplo de buenas prácticas globales y que con la incursión en el mercado colombiano pretende afianzar la comercialización de los medicamentos para el VIH, la Hepatitis C y el cáncer. Durante la pandemia, esta empresa desarrolló medicamentos para la atención del Covid-19 durante la fase de hospitalización. Cabe destacar que Gilead Sciences ya estaba en el mercado colombiano, pero una representación en el país permite fortalecer la confianza y el relacionamiento con las autoridades sanitarias.

39 ÓSCAR CEPEDA

GERENTE GENERAL DE GAES
PARA COLOMBIA Y PANAMÁ

GAES se destaca por comercializar la marca de soluciones auditivas Amplifon. Su gerente, Óscar Cepeda, conoce la importancia del capital humano, razón por la cual pasó de 45 colaboradores en 2021 a una plantilla de 125 personas a la fecha. El ejecutivo le ha apostado a diferentes aperturas e integración de diferentes mercados. Según su equipo: “cada nueva tienda y cada colaborador que se une al equipo refleja el sólido vínculo que se ha creado con el mercado colombiano. Para Amplifon este hito en el crecimiento resalta aún más el papel significativo que el país desempeña en la estrategia regional de la marca”. La compañía fomenta el crecimiento de la conciencia auditiva, que es importante para mejorar el estándar de calidad de vida de los pacientes.

40 NICOLÁS BERMÚDEZ

GERENTE GENERAL Y SOCIO
FUNDADOR DE CIPRÉS
MERCADEO EDUCATIVO

Es un ejecutivo colombiano con una sólida experiencia en alta gerencia y transformación digital. Ha desarrollado su carrera en diferentes empresas multinacionales, locales y en su propia compañía cipres.com.co en donde demuestra su pasión por el mejoramiento de la educación en Latinoamérica. Ha dedicado su tiempo en los últimos años a desarrollar productos y servicios que contribuyan al mejoramiento de la educación y todos sus procesos como único camino para el crecimiento de nuestra sociedad. Destaca su más reciente presentación en Colombia de la primer Certificación Internacional contra el Bullying, el acoso y el matoneo, herramienta con la que aspira hacer un gran aporte tanto al sector educativo como a las organizaciones colombianas.

41 ANDRÉS ROBATEL

GERENTE GENERAL
FALABELLA

Ha desempeñado un papel crucial en el sector durante más de cinco años al liderar Linio Colombia. En abril de este año, asumió el cargo de Gerente General de falabella.com Colombia, consolidando su influencia en la industria desde su llegada al país. En su rol como líder de la compañía, ha orquestado la estrategia de expansión de la marca y supervisa la totalidad de la operación. Asimismo, ocupa el cargo de presidente de la junta directiva de la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico, entidad en la que ha desempeñado un papel activo en el consejo directivo durante la última década, desde diversas perspectivas.

42 JORGE DEL RÍO

BOEHRINGER INGELHEIM
GERENTE GENERAL COLOMBIA

Se destaca por su liderazgo enfocado en resultados y su capacidad de escuchar y aprovechar el talento de su equipo. Ha contribuido al crecimiento de la empresa en los últimos cinco años, triplicando su tamaño y beneficiando a más pacientes en todo el país. Desde diversas perspectivas del negocio, ha liderado proyectos orientados a mejorar la calidad de vida de las personas y el sistema de salud. Su compromiso con la responsabilidad social se refleja en la participación activa de Boehringer en proyectos destinados a generar un impacto positivo en la vida de muchas personas.

43 HERNÁN BETANCUR

DIRECTOR GENERAL
BAXTER

Con 16 años de experiencia en la compañía, desde su inicio como estudiante en prácticas, ha demostrado un compromiso inquebrantable hacia los clientes y pacientes. Bajo su liderazgo en ocho países, incluyendo Colombia, Ecuador, Perú, Chile, Argentina, Uruguay, Paraguay y Bolivia, la organización ha alcanzado un crecimiento significativo, proporcionando acceso a terapias cruciales para salvar vidas. Además, a través de su apoyo a programas y proyectos sociales, Baxter ha impactado positivamente en diversas comunidades en colaboración con otras instituciones.

44 AGUSTÍN MADDOCKS

GERENTE GENERAL
HILTON BOGOTÁ

Con casi tres décadas de experiencia en la industria hotelera, ha recorrido un camino desde asistente de cocina hasta su actual posición como Gerente General del reconocido Hilton Bogotá. fortalecido la posición de Hilton Bogotá como un referente en el sector de negocios corporativos y Ha promovido la comunicación interna, priorizando el carisma y la atención al servicio entre su equipo. Como líder, se ha esforzado por conocer y conectarse con su equipo, reconociendo que esta cercanía es clave para alcanzar la excelencia. Transmitir confianza a los colaboradores fomenta la entrega de un servicio al cliente óptimo y de alta calidad.

45

JUAN CARLOS
PINEDA VARGASGERENTE GENERAL DEL
CENTRO COMERCIAL CENTRO MAYOR

Posicionando la marca en tiempos turbulentos

El gerente general del centro comercial Centro Mayor compartió sus reflexiones sobre los desafíos y logros de su último año de gestión.

EN UN PAÍS CON PROBLEMAS ECONÓMICOS, SOCIALES Y POLÍTICOS, SE DESTACÓ POR MANTENER LA ESTABILIDAD DEL NEGOCIO Y DESTACÓ LA EXCELENCIA DE SU EQUIPO DE TRABAJO. ADEMÁS, OFRECIÓ UNA VISIÓN OPTIMISTA TANTO PARA LA ORGANIZACIÓN, ASÍ COMO PARA EL PAÍS EN GENERAL PARA EL AÑO 2024.

El gerente reconoció que liderar un centro comercial de esa magnitud no es tarea fácil. Los desafíos se centran en mantener el estatus de marca líder en la mente y el corazón de los consumidores, tanto a nivel local como nacional e incluso internacional. La clave para lograrlo, según él, reside en enamorar a los visitantes y clientes, buscando su fidelización a la marca.

Uno de los retos más significativos es hacer de Centro Mayor un lugar único y mágico, donde las familias puedan disfrutar de una amplia gama de experiencias. Esto se logra a través de la colaboración con más de 300 marcas, la celebración de eventos comerciales innovadores y la creación de oportunidades para que cada persona se lleve los mejores recuerdos de su visita.



LA IDEA ES SEGUIR
GENERANDO
RECORDACIÓN
Y PREFERENCIA
ENTRE VISITANTES Y
CLIENTES

En su liderazgo, el enfoque estratégico se dirige hacia el ser humano y el respeto por la confianza que han depositado en el centro comercial, ya sea como colaboradores, aliados estratégicos o visitantes. Se presta especial atención a la atención al cliente y la satisfacción de los stakeholders.

Cuando se le preguntó sobre su inspiración diaria, el líder de Centro Mayor mencionó que su motivación proviene de su equipo de trabajo, los clientes, los empresarios de las marcas aliadas y todas las familias cuyo sustento depende de la empresa.

Su objetivo es hacer que Centro Mayor sea un lugar para que todos vivan las mejores experiencias.

Las cifras respaldan esta afirmación, ya que el centro comercial recibe anualmente a más de 26 millones de personas y ha recibido múltiples premios por su compromiso con la responsabilidad social y la calidad de sus servicios.

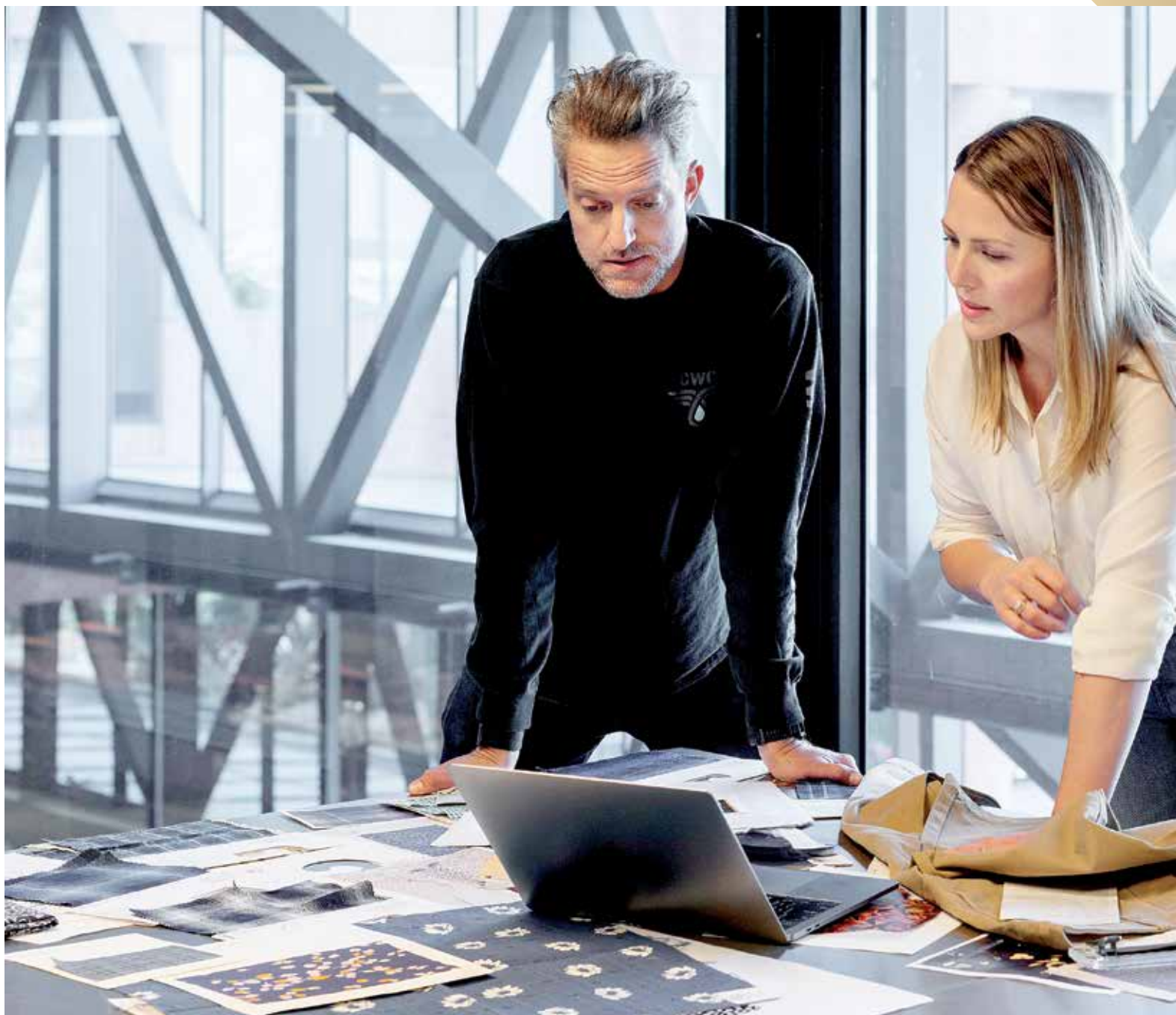
En un país como Colombia, con una serie de problemas económicos, sociales, políticos y de orden público, mantener la estabilidad de una empresa no es tarea sencilla. El líder de Centro Mayor destacó su enfoque positivo y su determinación para superar las dificultades. A pesar de los desafíos, la empresa no tuvo que

recortar personal ni desmejorar las condiciones de sus colaboradores. La pandemia del COVID-19 llevó a la empresa a rediseñarse y reinventarse, lo que resultó en aprendizajes y oportunidades para enfrentar futuras dificultades.

El líder de Centro Mayor mira hacia el futuro con optimismo. Su visión para 2024 es que el centro comercial siga fortaleciéndose, contribuyendo a la economía, al cuidado ambiental y al manejo de la responsabilidad social. Espera que Colombia sea reconocida a nivel mundial por estos aspectos.

En sus planes está continuar generando recordación y preferencia entre sus visitantes y clientes, así como acciones de marketing para sus marcas aliadas. Los colaboradores de Centro Mayor seguirán recibiendo formación constante para brindar el mejor servicio al cliente.

En resumen, el líder de Centro Mayor Centro Comercial enfrenta desafíos significativos en su gestión, pero su motivación y enfoque positivo le han permitido mantener la estabilidad de su empresa en un entorno complicado. Además, tiene una visión ambiciosa para el futuro, en la que Centro Mayor sigue siendo un líder en su industria y un contribuyente destacado a la economía y la sociedad colombiana.



De “maletear” a gestionar la venta

El gerente comercial es el vínculo entre la organización y sus productos y servicios y el cliente final. Su poder mágico es generar un relacionamiento auténtico con los clientes y ofrecerles soluciones a sus desafíos.

YA PASÓ LA ÉPOCA DE LOS VENDEDORES QUE SE ENFRENTABAN A LA “PUERTA FRÍA” E IBAN MALETEANDO SUS PRODUCTOS A VER QUIÉN COMPRABA LO QUE ELLOS TENÍAN PARA OFRECER.

Ahora que los productos y servicios se diseñan alrededor de los clientes, la gestión comercial se ha enfocado en responder a sus necesidades con base en los datos que recaba el área de Mercadeo, escuchar mucho, conocer a los clientes y los problemas que los afectan, construir una relación y luego sí hacer una oferta de venta. Todo lo anterior marca la diferencia entre una venta exitosa y un fracaso.

Para triunfar en su labor, el gerente

LA GESTIÓN DE VENTAS ACTUAL UTILIZA LOS DATOS HISTÓRICOS DE VENTA, LA ADMINISTRACIÓN DEL PRESUPUESTO Y LAS METAS Y, SOBRE TODO CULTIVA LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES.

CONSERVAR LO HUMANO

Con la tecnología a mano y el auge de las tiendas virtuales y market places como Amazon, y Mercado Libre, cada vez el cliente o usuario es quien conduce por su ruta de compra. Pero, la gerencia de ventas, de nuevo, en coordinación con la de mercadeo, debe asegurar que la experiencia del usuario sea grata. El reto es siempre brindar alternativas de contacto humano -así en principio sea con un chatbot- para garantizar el cierre de la venta y que el cliente se sienta bien atendido.

de alto impacto.

De igual manera, es vital la conducción y manejo de equipos de alto desempeño. “Esta es una de las competencias más importantes debido al volumen de gente que maneja y frente al cumplimiento de las metas”, asegura Bernal.

El experto recomienda gestionar el equipo de trabajo mediante indicadores, cifras y métricas y entender que los colaboradores necesitan un ambiente adecuado, sólido y alineado para trabajar.

De igual forma define este rol como estratégico, pues “es una pieza fundamental para el buen funcionamiento de la empresa, dado que planifica, ejecuta y supervisa las estrategias de ventas más competitivas con la gestión de ventas, tras el camino a seguir para aprovechar los recursos otorgados por la empresa”.

EL PERFIL

Por lo general, el cargo de gerente de ventas es ocupado por alguien afín a los números, administrador, economista, ingeniero, con experiencia en gestión comercial, el líder de ventas no para de capacitarse, pues la estrategia para el relacionamiento, conocimiento del producto e innovar en cómo vender son sus responsabilidades directas. El gerente comercial administra la cartera de clientes y asigna a la fuerza de ventas la atención de los distintos clientes, pero atiende personalmente a los que representan un mayor potencial para la compañía, debido a que tiene la información sobre hasta qué punto se puede ofrecer un descuento o un plazo diferencial de pago y sabe lo que implica ese cliente para la compañía.

Hoy en día se ha llegado a una especialización por sectores -industrial, farmacéutico, horeca (hoteles, bares, restaurantes)- pues de esta forma el gerente de ventas conoce específicamente las necesidades de los clientes y puede responder con la solución más adecuada.

comercial actual diseña una estrategia que combina el relacionamiento con los clientes con los datos históricos de ventas, el presupuesto, la disciplina para hacer prospección de los clientes, identificar el potencial y finalmente dar los pasos necesarios hasta cerrar la venta.

Pero no lo hace solo. Actúa de la mano de la fuerza de ventas, cuya dimensión y estructura crecerá en forma directamente proporcional al tamaño de la empresa, si el

producto o servicio está dirigido a otros negocios -B2B-, o si va a un distribuidor y luego a un consumidor final -B2B2C-.

Para el encargado de la gerencia comercial o el gerente de ventas, una de las principales competencias, según Diego Bernal, Director de RRHH de BDO es la negociación, enfocada en la habilidad para llegar a acuerdos poderosos y beneficiosos tanto adentro como afuera de la organización que le permitan al área gestionar y obtener resultados

EL GERENTE COMERCIAL ACTUAL SE ENFOCA EN EL RELACIONAMIENTO Y LA OFERTA DE LA SOLUCIÓN MÁS ADECUADA PARA LOS CLIENTES.

LA NEGOCIACIÓN Y LA GESTIÓN DE EQUIPOS DE ALTO DESEMPEÑO SON LAS COMPETENCIAS FUNDAMENTALES DEL GERENTE DE VENTAS.

46

**ANDRÉS FELIPE
URIBE RAMOS**DIRECTOR COMERCIAL Y DE MARKETING PARA
COLOMBIA Y ECUADOR DE ADECCO.

Impulsando el crecimiento con la mira en el resultado

El trabajo en equipo, la articulación de las áreas y el desarrollo y crecimiento de la organización, han sido los focos de Adecco en el último año. El director Comercial y de Marketing para Colombia y Ecuador, Andrés Felipe Uribe Ramos, cree en estos pilares para alcanzar resultados.

EL DESAFÍO MÁS GRANDE QUE HA AFRONTADO ADECCO EN EL ÚLTIMO AÑO ES EL FORTALECIMIENTO DE UNA CULTURA QUE CENTRA SU ATENCIÓN EN PROMOVER EL TRABAJO EN EQUIPO, DENTRO DE UN MARCO ORIENTADO A ENTREGAR RESULTADOS.

Así lo manifiesta el director Comercial y de Marketing Colombia y Ecuador, Andrés Felipe Uribe Ramos, quien explica que los logros cualitativos parten de un exitoso proceso de articulación de las distintas áreas, que anteriormente trabajan de manera independiente. “Este esfuerzo también se ha traducido en resultados cuantitativos notables, reflejados en cifras de crecimiento muy importantes”, afirma.

El Grupo Adecco, con presencia en más de 60 países y con 50 años de trayectoria, se especializa en prestar servicios de Recursos Humanos tales como reclutamiento y selección de personal, selección temporal, outsourcing de nómina, consultoría en RRHH y formación para empresas. En Colombia, la compañía cuenta con 15 sucursales en 9 ciudades y 1500 empresas acuden a sus servicios.

La inspiración para este ingeniero comercial de la Universidad San Buenaventura de Cali, es la gente. “Desde hace muchos

ANDRÉS ES UN
FIEL CONVENCIDO
DE QUE EL
CRECIMIENTO
ORGANIZACIONAL
Y DE LAS
PERSONAS
VAN DE
LA
MANO.



“ESTAMOS EMPEZANDO A EXPERIMENTAR LOS BENEFICIOS DE LA ARTICULACIÓN DE LAS DISTINTAS ÁREAS, QUE ANTERIORMENTE OPERABAN DE MANERA INDEPENDIENTE, LO QUE SE HA TRADUCIDO EN RESULTADOS CUANTITATIVOS NOTABLES”.

años, mi propósito de vida es evolucionar a partir de guiar a otras personas hacia su crecimiento, ayudándolos a encontrar nuevos niveles de evolución, por ello a partir de mi responsabilidad liderando el crecimiento de una empresa multinacional como Adecco en Colombia y Ecuador, todas las acciones y toma de decisiones, van encaminadas al desarrollo y crecimiento de los equipos y de la organización”, explicó.

Así mismo, preguntado por la manera de encarar los retos en un entorno como el colombiano, asegura que: “En el liderazgo de una empresa se encuentran factores que escapan de nuestro poder de influencia. En tales situaciones, es esencial enfocarnos en las áreas de trabajo que están bajo nuestro control, redirigiéndolas dentro del marco que generan los cambios en el entorno que te rodea”.

VISIÓN EN EL CORTO PLAZO

El ejecutivo explica que para 2024 “la proyección indica que Colombia podría continuar experimentando una contracción económica, en línea con las tendencias previamente observadas. No obstante, hemos sabido capitalizar esta coyuntura como una oportunidad, para fortalecer nuestra competitividad, y fomentar la innovación en el mercado. Esto se traduce en la prestación de servicios hechos a la medida, más eficientes y de alta calidad, lo cual contribuye al crecimiento tanto a nivel individual como profesional, así como al desarrollo económico de nuestro país”.

ESSENCIAL ÚNICO



Las nuevas fragancias más nobles de Essencial
reflejan el poder de nuestras elecciones

Compra a través de un Consultor o Consultora de Belleza
o en www.natura.com.co

47 JOSÉ ALBERTO TORRES

GERENTE COMERCIAL COLSAISA

Durante 2022, gracias al liderazgo comercial, la firma obtuvo un crecimiento de 35% en ventas, motivado por la capacitación de la fuerza comercial con respecto a nuevos productos de autopartes. De igual forma, la compañía desarrolló 13 líneas de autopartes bajo la marca propia Velko: limpiadores aerosoles, bobinas, bujías, cables de bujía, baterías, lubricantes, refrigerantes, kit de repartición, kit de embragues, electroventiladores, filtros, entre otros. Este crecimiento también se debió al fortalecimiento comercial en los departamentos de Arauca y La Guajira.

48 DIANA CAROLINA LEMUS

GERENTE COMERCIAL FIVE9

Five9 es un proveedor líder de software de centro de contacto en la nube. Como gerente comercial de la firma, Diana Carolina Lemus ha logrado posicionarla en Colombia y Suramérica, en los últimos tres años lo que le valió el reconocimiento en 2023 como la mejor gerente comercial internacional por tener los mejores resultados de ventas fuera de Estados Unidos; la ejecutiva ostenta un cumplimiento superior al 200% de la cuota, cierre de proyectos clave para la compañía en el mercado internacional y crecimiento de un equipo real en región.

49 JUAN CARLOS BUITRAGO

GLOBAL CHIEF SALES OFFICER JSC INGENIUM

Es un ingeniero apasionado por las telecomunicaciones, con una sola meta: aportar a reducir la brecha digital y mejorar la conectividad en las zonas más apartadas del país. Su experiencia en Suma Móvil, llevó a la compañía a ser la plataforma líder en Colombia y Latinoamérica para operadores móviles virtuales. En su dirección hizo que tuvieran más de 40 marcas incorporadas, ayudando así a disminuir la brecha digital en el país, especialmente en zonas apartadas de Colombia, permitiéndoles a pequeños operadores tener una opción para complementar sus servicios con el móvil.

50 LUIS MANUEL PATIÑO

GERENTE COMERCIAL SERVINFORMACIÓN

Este ejecutivo ha llevado a la compañía a convertirse en la primera empresa colombiana en recibir el reconocimiento Google Cloud Partner. De igual manera, logró el crecimiento regional de 500% anual en Latinoamérica y, en el último año, abrir operaciones en cinco países: Brasil, México, Nicaragua, Perú, Ecuador y Estados Unidos. La compañía, que se dedica al desarrollo de soluciones para ordenar y enriquecer la información de sus clientes utilizando localización inteligente y analítica de datos en tecnologías como ML, Big Data y AI, cuenta con una cartera de más de 1000 clientes.

51 JUAN DAVID BARBOSA

GERENTE COMERCIAL FISAPAY.

Fisapay es una fintech que complementa los procesos integrales de pagos de comisiones, servicios e incentivos de las empresas a fuerzas de ventas, proveedores y trabajadores independientes mediante su tecnología simple, eficiente y segura que elimina los riesgos contables, tributarios y jurídicos a los que están expuestas las empresas. Las cifras actuales de Fisapay demuestran los logros alcanzados por este ejecutivo en los seis años de fundación de la compañía: 25 empleados, la mayoría mujeres; pagos a terceros por más de 150.000 millones de pesos; más de 19.000 transacciones de pagos de comisiones, servicios e incentivos procesadas mes a mes.

52 ALEJANDRO LOMBANA

GERENTE COMERCIAL KAYAK

Su experiencia en el desarrollo e implementación de estrategias para negocios en el campo digital supera la década. Su equipo lo califica como un apasionado de la innovación, el marketing y la creación de estrategias, que lo han llevado a desarrollar campañas exitosas que han hecho crecer la compañía, así como nuevos productos que ha liderado. Es un profesional muy creativo con gran disposición, compromiso y gran sentido estratégico. Basado en las necesidades del negocio y con su experiencia en la gestión de clientes directos y agencias de medios ha brindado soluciones digitales. Tiene liderazgo en equipos multidisciplinarios y manejo de cuentas regionales.

53 MIGUEL MARCOS

EXNESS/ DIRECTOR COMERCIAL LATAM

Exness es una plataforma de trading online, en la cual este ejecutivo es el Head y director comercial en Latinoamérica y director comercial. Su equipo destaca la trayectoria de Marcos en el ramo Financiero y Comercial y su capacidad de transformar equipos multiculturales y disciplinarios en actores de cambio y de resultados, al igual que su visión como líder en el mercado de brokers de trading, que ha impulsado a Exness en sus primeros 2 años a un crecimiento exponencial. El equipo también destaca la apertura y recepción de ideas innovadoras provenientes del equipo de trabajo.

54 MARIA TERESA BLANCO BERNAL

DIRECTORA GENERAL, COMERCIAL Y DE MERCADEO. AZTECA COMUNICACIONES

Azteca Comunicaciones hace parte del grupo mexicano Salinas, con presencia en Estados Unidos, Centroamérica y Suramérica, que ofrece transporte de datos e internet en Colombia con una red de fibra óptica presente en más de 900 municipios, conectando el 83% del territorio nacional. El equipo de María Teresa asegura que su gestión está guiada por una combinación entre perseverancia e inteligencia, que le ha permitido crear estrategias para liderar un equipo comercial de alto rendimiento y obtener un crecimiento en ventas de 48% durante 2022.

55 MARIA DEL PILAR AMOROCHO

FSQ GROUP- SÁNDWICH QBANO

2022 fue uno de los mejores años para la marca Qbano, que facturó más de \$270 millones de pesos, lo que motivó un crecimiento de 48% para la marca. Y aunque 2023 ha estado enmarcado por la Inflación y otros fenómenos económicos globales, María del Pilar ha logrado liderar, según su equipo, un crecimiento transaccional de 8%, lo que equivale a más de 300 mil transacciones realizadas con respecto al año pasado, lo que indica que la marca está creciendo por encima de los indicadores actuales del mercado. Esto es resultado de la alineación de objetivos.

EMPRESAS VERDES

GERENTE

CONOZCA LO QUE HACEN LAS EMPRESAS QUE PIENSAN EN EL PLANETA. CUÁLES SON LAS TENDENCIAS EN SOSTENIBILIDAD AMBIENTAL Y LAS MEJORES PRÁCTICAS PARA APLICAR EN SU NEGOCIO.



INCLUYE ESPECIALES
RESPONSABILIDAD SOCIAL
RECURSOS Y TALENTO HUMANO

TECNOLOGÍA
EL 5G EN CADA INDUSTRIA

Al ritmo de los cambios

El gerente de recursos humanos es aquel líder visionario que abraza los cambios tecnológicos y de tendencias para transmitirlos al equipo, está alineado con las tendencias de desarrollo profesional y prepara a los equipos para enfrentar nuevos desafíos.

¿QUÉ ENTREGA UN GERENTE DE RECURSOS HUMANOS? ENTREGA GENTE IDÓNEA PARA DESEMPEÑARSE EN SUS EQUIPOS DE TRABAJO, YA SEA POR MEDIO DE LA SELECCIÓN DE ESTE TALENTO, COMO DESDE EL DISEÑO DE PROGRAMAS DE BIENESTAR E INCLUSIÓN, COMO DESDE LA ADMINISTRACIÓN DE LAS RELACIONES ENTRE LA EMPRESA Y LOS EMPLEADOS. INCLUSIVE, ENFRENTA EL RETO DE DISEÑAR POLÍTICAS PARA LOS QUE TRABAJAN DE MANERA PRESENCIAL, REMOTO O HÍBRIDO EN ESTOS TIEMPOS CAMBIANTES. ASÍ QUE...¿CUÁLES SON LAS COMPETENCIAS DE ESTE LÍDER?

“Luego de la pandemia, las motivaciones de la mayoría de los empleados en las organizaciones han cambiado y es ese entendimiento el que un gerente

de recursos humanos debe tener presente a la hora de gestionar ese talento. No puede desconocer qué hoy los empleados están mejor y más informados, quieren saber cómo pueden impactar de manera directa los objetivos de negocio y cómo el propósito de compañía está alineado con su propósito personal”, afirma el Principal de Page Executive Colombia, Diego Monroy.

El experto agrega que el líder de RRHH también debe ser una persona que escucha, influenciador al interior de la compañía y conocedor del negocio, que movilice e incentive hacia los procesos de transformación cultural. “Es este líder el principal aliado dentro de un proceso de transformación tecnológica y de negocio, pues primero se prepara a las personas para luego implementar tecnología”.

En resumen, según el

EL LÍDER DE RECURSOS HUMANOS DEBE ASEGURARSE DE QUE LOS EQUIPOS CUENTEN CON EL TALENTO IDÓNEO PARA SACAR ADELANTE A SU ORGANIZACIÓN.

LOS GERENTES DE RECURSOS HUMANOS LIDERAN LAS TRANSFORMACIONES TECNOLÓGICAS Y CULTURALES DE LA ORGANIZACIÓN.



ESTE ROL DEBE ESTAR CONECTADO CON LA EVOLUCIÓN Y LAS TENDENCIAS PARA QUE LA ORGANIZACIÓN SE ADAPTE RÁPIDAMENTE A ELLAS.

ENFOQUE

Para Benjamín Cepeda, Director de Planeación y Gestión de Calidad de Uninpahu, los RRHH tienen bajo su tutela el desarrollo de un modelo de gestión por competencias para incrementar la productividad organizacional, donde es importante estimular el desarrollo de habilidades y destrezas que garanticen el mejoramiento continuo del trabajador, mediante su cualificación y perfeccionamiento del hacer, así como en sus componentes integrales del ser y el saber, con el fin de propender por el reconocimiento a la productividad, bajo una administración por objetivos y promoviendo la incorporación de las tecnologías, la facilitación de los recursos y la implementación de un clima organizacional favorable, priorizando el bienestar y la satisfacción de los empleados como una forma de mejorar la productividad y el rendimiento de la empresa, promoviendo un sentido de pertenencia y una apropiación de la organización.

CEO de Workia, Alfredo Terlizzi, un gerente de RRHH que quiera plantear estrategias efectivas para administrar este recurso debe tener competencias en gestión de talento, desarrollo organizacional y gestión del cambio. “Es fundamental comprender cómo las políticas de RRHH se relacionan con los objetivos generales de la empresa y cómo pueden contribuir a resultados extraordinarios y sostenibles”.

UN ENTORNO CAMBIANTE

Según el docente de la Escuela de Estudios en Psicología, Talento Humano y Sociedad del Politécnico Grancolombiano, Carlos Andrés Cañas, en la actualidad algo que está surgiendo, no solamente por post pandemia, sino por una realidad de la movilidad de las organizaciones debido a las nuevas tendencias, es el redireccionamiento de las competencias que deben tener los gerentes de talento humano.

“Es muy importante que un gerente de recursos humanos hoy tenga buenas estrategias y herramientas y habilidades orientadas en nuevas tecnologías. Además, estamos transitando hacia tres aspectos fundamentales que impactan incluso los conceptos gerenciales de las organizaciones: responsabilidad social empresarial, humanismo y colectividad, estos tres aspectos se están dilucidando de una vez en la quinta revolución industrial y hacen parte de esas competencias o habilidades que debemos tener los líderes en la actualidad”.

En ese sentido, explica el académico, es necesario que un líder de talento humano desarrolle una proyectiva, un aspecto visionar a propósito de competencias y capacidades de resolutorias, pensamiento estratégico y capacidad resolutoria de actividades o acciones.

100 GERENTES MÁS EXITOSOS

56

**JUAN CARLOS
BECERRA**

VP DE PERSONAS
PARA BIMBO LATIN

Su principal logro ha sido la construcción de una cultura basada en la agilidad, diversidad, equidad e inclusión. La cultura en Bimbo se basa en la innovación que ha repercutido en excelentes resultados en el negocio.

Se ha encargado de fortalecer la reputación de la compañía con audiencias externas basado en estrategias de relacionamiento y ha creado la iniciativa de campeonas de sueños de la mano del área de relaciones institucionales de Grupo Bimbo con gran impacto en las comunidades vulnerables de nueve países de la región

El directivo tiene más de 35 años de experiencia enfocados mayormente en el rol de VP de Recursos Humanos. Su labor se ha destacado como facilitador de la integración cultural de empresas que han sido adquiridas por Bimbo a través de los equipos de due diligence e integración, obteniendo beneficios como la adopción de buenas prácticas de negocio y la transferencia de la filosofía de Grupo Bimbo. Su propósito profesional ha sido trabajar por el fortalecimiento de la cultura de transformación necesaria para lograr la visión de negocio desde cada área del Grupo. Toda esta experiencia ha estado sustentada a lo largo de estos años por el desarrollo organizacional en modelos de negocios que responden ágilmente a las necesidades de clientes y consumidores, operando en entornos sociales dinámicos, para adaptarse y lograr los objetivos de crecimiento.



57

**MARÍA ELVIRA
RODRÍGUEZ**

GERENTE DE RECURSOS HUMANOS
BOEHRINGER INGELHEIM

La ejecutiva tiene una trayectoria de más de una década en su cargo, tiempo durante el cual ha enfocado sus esfuerzos en aportar valor a través de la innovación. Busca que los colaboradores en Boehringer se sientan orgullosos de la compañía, del trabajo y de su entorno. Ha sido promotora de diferentes beneficios en donde Boehringer fue pionero como salud mental, física, financiera, trabajo híbrido, atención al empleado, licencia igualitaria, de mascotas y mudanza, mentorías digitales y educativas para ser mejor en sus responsabilidades. La meta en Boehringer es atraer al mejor talento y cada uno de los proyectos y actividades que se trabajan están enfocados en ello.

En gran parte la determinación y el enfoque de la gerente de esta área ha permitido lograr diferentes certificaciones que hacen de Boehringer la compañía ideal para los mejores profesionales en Latinoamérica.

58

**NELSON
MONTOKA**

GERENTE GENERAL DE GI
GROUP HOLDING COLOMBIA

Nelson Montoya es, desde 2021, Country Manager de Gi Group Holding Colombia, un ecosistema de recursos humanos de origen italiano presente en 34 países, que ha generado soluciones de personal para más de veinte mil clientes desde hace veinticinco años. Por su gestión, la compañía se ha posicionado entre las primeras dentro de la industria del recurso humano mediante un plan de expansión en las principales ciudades del país y varios municipios de Cundinamarca. Este ejecutivo lideró la adquisición del Grupo Focuin (sombra de marcas como T&S Temservice y ESI, Especialista en Servicios Integrales) y la apertura de dos centros de empleabilidad pioneros en el país. Recientemente, Gi Group Holding adquirió una plataforma de talento humano tecnológico llamado The Bridge y Montoya ha conducido su llegada al mercado. Desde su liderazgo ha impulsado una cultura centrada en las personas para brindar soluciones innovadoras en el área de personal, lo que le permite dirigir un equipo de 250 personas. En su gestión, la compañía ha pasado de facturar 6.600 millones de pesos en 2020 a \$280.000 millones en 2023, un crecimiento de 424,24%.



61

**GERMAN
BUSTOS**DIRECTOR CORPORATIVO DE GESTIÓN HUMANA
CLARO COLOMBIA

Dentro de sus principales logros está el reconocimiento a la calidad de su ambiente laboral. Recibió la certificación de Great Place to Work para 2023-2024. Este resultado se obtuvo gracias a la calificación de los colaboradores frente a las acciones que viene realizando la compañía en temas de inclusión, bienestar, ambiente laboral y confianza con sus cerca de 11 mil empleados directos a nivel nacional.

“Es muy satisfactorio que los colaboradores de Claro nos sintamos orgullosos de trabajar en la compañía y que seamos parte de una organización equitativa, diversa e incluyente. Estamos seguros de que el trabajo que realizamos a diario con pasión y entrega se refleja en el propósito de la compañía de mantener a Colombia conectada. Este reconocimiento es de nuestros colaboradores que día a día lo entregan todo para hacer de este un mejor país”, señala Germán.

Es Administrador de Empresas con especialización en Transformación Digital y Nuevos Negocios, Programa de Desarrollo Directivo del Inalde, formado como Coach por Ola Coach de España y en Transformación Humana en la escuela de Gestalt de Claudio Naranjo.

59

**CARLOS ALBERTO
NIÑO FORERO**DIRECTOR REGIONAL DE
TALENTO HUMANO EN MINSAIT.

Bajo el liderazgo de Carlos Alberto Niño Forero, Director regional de Talento Humano en Minsait, una compañía de Indra líder en consultoría de transformación digital y Tecnologías de la Información, presentamos el Programa de Inclusión y Diversidad, una iniciativa de inclusión que brinda ofertas laborales a personas de grupos poblacionales que se enfrentan a brechas de empleabilidad, con un componente previo de capacitación. En Colombia, para el 2023 el 20% de la nómina de nuestra empresa proviene del programa de Inclusión y Diversidad con: 1.194 beneficiarios directos, divididos en: 129 afrodescendientes, 80 personas desplazadas por la violencia, 17 personas con discapacidad física, 142 personas de la comunidad LGBTIQ+, 379 madres cabeza de familia, 306 padres cabeza de familia, 117 adultos mayores no pensionados y 24 migrantes y cerca de 4.000 beneficiarios indirectos de la iniciativa, constituidos por las familias de los empleados. Este programa de inclusión se ha expandido a la Región Andina y Cono Sur donde tiene presencia la compañía.

60

**ADRIANA
MOSRI**DIRECTORA DE RECURSOS HUMANOS PARA LATINOAMÉRICA
NORTE – KIMBERLY- CLARK

Este año Kimberly- Clark, multinacional presente en más de 175 países, nombró a Adriana Mosri como directora de Recursos Humanos para Latinoamérica Norte. La ejecutiva ha posicionado a Kimberly- Clark como una empresa atractiva para todas las generaciones, fortaleciendo las estructuras de atracción y retención, y una cultura en la que los empleados se sientan valorados. Adicionalmente, mediante la iniciativa #SheCan está fomentando el desarrollo profesional de las mujeres dentro de la empresa. Y para mantener comprometidos a los colaboradores con su desarrollo, la Compañía cuenta con la plataforma Ways of Development que incluye distintas experiencias de aprendizaje, coaching y mentoring, sumado a los programas de top talents que se manejan en toda la subregión. Como resultado de esas iniciativas, alrededor del 40% de los puestos gerenciales en Latinoamérica son ocupados por mujeres, mientras que en Colombia, 46% de los roles de liderazgo están ocupados por mujeres.

Marcas, al siguiente nivel

Analizar información que pueda servirle al mercado y tomar decisiones, liderazgo, trabajo en equipo, dominio de las nuevas tecnologías, son algunas de las competencias de los gerentes de mercadeo, responsables de llevar a las marcas al siguiente nivel.

CONSTRUIR UNA MARCA SÓLIDA, RECONOCIDA POR DESARROLLARSE ALREDEDOR DEL CLIENTE ES LA TENDENCIA QUE ESTÁN SIGUIENDO LAS EMPRESAS DE HOY, DIRIGIDAS POR EL GERENTE DE MERCADEO. ESTE PERFIL ES EL ENCARGADO DE IDENTIFICAR CÓMO LLEGAR A LOS COMPRADORES EN DETERMINADO MOMENTO Y COMUNICAR LA ESENCIA DE LA MARCA DURANTE TODO EL RECORRIDO DE LA COMPRA CON DOS OBJETIVOS: SATISFACER LAS NECESIDADES DEL CLIENTE Y QUE AL FINAL, ESTOS SE CONVIERTAN EN VERDADEROS EMBAJADORES DE LA MARCA.

Según el docente de la maestría en Gerencia Estratégica de Mercadeo del Politécnico Granco-lombiano, Leonardo Ortégón Cortázar, “un gerente de mercadeo en el mundo de hoy debe comprender todo el sistema de comunicaciones integradas con un importante objetivo: comunicar su marca de manera menos intrusiva, más significativa y con impacto de sinergia”.

Esta maestría desarrolló una investigación acerca de las competen-

cias generales de mayor demanda para los gerentes de mercadeo, que arrojó los siguientes resultados:

1. ADAPTACIÓN AL CAMBIO:

El entorno actual de mercadeo para Colombia a nivel internacional es cambiante. Hay muchísimas noticias en torno a mercados, tecnologías y canales que hacen que la persona tenga destreza para adaptarse al cambio.

2. LIDERAZGO Y TRABAJO EN EQUIPO:

el gerente de mercadeo debe integrar múltiples facetas desde el punto de vista de la comunicación en punto de venta, comunicación online, relaciones públicas, contratación de proveedores, entre otros. Por eso el trabajo en equipo con otras áreas y el liderazgo son fundamentales.

3. PENSAMIENTO ESTRATÉGICO:

El gerente de mercadeo debe ser capaz de analizar información, ya sea proveniente de proyectos de investigación de mercados o de fuentes primarias y secundarias; consolidarla, analizarla y tomar las mejores decisiones.

ANALIZAR LOS DATOS, ACOMPAÑAR AL CLIENTE EN SU RECORRIDO DE COMPRA Y ESTAR CENTRADO EN LAS NECESIDADES DEL CLIENTE SON LOS ROLES DEL GERENTE DE MERCADEO.



UN GERENTE DE MERCADEO REQUIERE VISIÓN Y USO DE LA TECNOLOGÍA PARA ABRIR CANALES DE COMUNICACIÓN CON LOS CLIENTES.



TRABAJO CON TODAS LAS ÁREAS DE LA COMPAÑÍA Y LIDERAZGO SON FUNDAMENTALES PARA EL LÍDER DE ESTA ÁREA.

COMUNICACIÓN OMNISCANAL

El director de Planeación y Gestión de Calidad de la Universidad Inpahu, Benjamín Cepeda, afirma que “el marketing actual ha logrado unificar las estrategias y los canales tradicionales con los digitales, donde el cliente se encuentra el centro de todo y las empresas utilizan todos los canales con el objetivo de conocer al máximo sus potenciales, captar su atención y ofrecerles todo lo que necesitan desde cualquier canal y dirección”.

Por esta razón, según el experto es esencial comprender actualmente que su relación con las tecnologías y el análisis de datos recolectados a través de los medios digitales, es decir, el Big Data, es fundamental, pues esta información es relevante para que las empresas tomen las decisiones más acertadas para aumentar las ventas y seguir mejorando la satisfacción del cliente.

Cepeda enfatiza en que otro punto relevante de la evolución tecnológica aplicada al marketing es la inteligencia artificial. “Las compañías deben implementar estrategias de omnicanalidad o herramientas de automatización de respuestas, las cuales están permitiendo mejorar la atención al cliente, sin dejar de lado la humanización de la marca”.

Finalmente, el académico concluye que el gerente de mercadeo debe “propender por identificar “océanos azules” que permitan la competitividad y sostenibilidad organizacional, adaptando el producto o servicio al entorno globalizado, centrado en promover consumidores integrales, la creación de comunidad, y el desarrollo de los medios virtuales y digitales, con experiencias inmersivas y realidad aumentada”.

La forma de conseguirlo es generar dinámicas de colaboración y cooperación para la construir lazos y crear redes que permitan la visibilidad de la marca, su posicionamiento, recordación y apropiación.

4. COMPRENSIÓN DE LA DINÁMICA DE MERCADO:

se refiere a cómo analizar la participación, la competencia en los nuevos mercados, las amenazas y oportunidades de los mercados internacionales, los antecedentes históricos, entre otros. Entonces, el gerente de mercadeo requiere una orientación al análisis del entorno para tomar las mejores decisiones de manera oportuna.

5. EFICIENCIA COMUNICATIVA:

la capacidad de vender proyectos a la gerencia general o a la Junta Directiva, incluso a nivel de consultoría. Los gerentes deben tener capacidad de innovación, de desarrollar nuevas ideas para que la empresa crezca y cumpla con los objetivos, pero también de soportarlas y defenderlas.

ALSKJDF ASKLDJFHA
LKSDJFH
ALKSDJKFHJA
S ALSKJDF
ASKLDJFHA LKSDJFH
ALKSDJKFHJA
S ALSKJDF
ASKLDJFHA LKSDJFH
ALKSDJKFHJA
S ALSKJDF
ASKLDJFHA LKSDJFH
ALKSDJKFHJA S

100 GERENTES MÁS EXITOSOS

62

**CAROLINA
DÍAZ**

DIRECTORA BUSINESS DEVELOPMENT
ALSEA COLOMBIA

Esta ejecutiva está al frente de la expansión en Colombia de marcas como Domino's, Starbucks y Archie's y durante los años que lleva al frente del cargo se ha caracterizado por entender en profundidad a los consumidores; con sus nuevos hábitos que ahora tienen criterios y priorizaciones de compra diferentes. Actualmente, los cambios son cada vez más rápidos y drásticos, lo que sin duda han llevado a esta ejecutiva a pensar siempre en proyectos que puedan ser transversales e impactantes. Díaz es la responsable de consolidar dos áreas estratégicas clave para la organización: Big Data /Data Analytics y Business Insights; que permiten ahondar y entender los elementos clave de compra y satisfacción de los usuarios.

63

**MARCELO
PINEDA ARANGO**

SENIOR MANAGER DE MARKETING Y COMUNICACIONES
PARA LOS CLÚSTER ANDINO Y NORTE CIRION TECHNOLOGIES

Con cerca de 20 años de experiencia en marketing en la industria tecnológica y de telecomunicaciones, este ejecutivo ha demostrado su destreza para guiar a las empresas hacia nuevos horizontes; cuenta con un espíritu pionero al abrazar metodologías de marketing colaborativo en su industria mediante una visión innovadora que aprovecha la inteligencia colectiva. Entre sus logros se destaca la gira latinoamericana del Cirion Forum que logra sumar a cerca de 10 socios de negocio a través de siete capitales en Latinoamérica, con eventos enfocados en los perfiles de más alto nivel en cada país. Su equipo destaca que el liderazgo de Marcelo representa un faro no solo para su organización en términos de innovación, sino para el amplio ámbito sectorial del marketing B2B.

64

**CARLOS
VARGAS**

GERENTE DE MERCADEO
BURGER KING COLOMBIA

Este gerente ha trabajado en el reposicionamiento de la marca y la recuperación de su notoriedad, después de años de bajo desempeño. De igual manera, se destaca el crecimiento en ventas de 15% con respecto del año anterior. La marca ha alcanzado una participación de la categoría Premium y Core del 75% de la venta total, cuando antes era por cupones. Y en la comunidad digital se ha incrementado 12% sus usuarios de Instagram, 155% de la comunidad en TikTok. Los ejecutivos de Burger King se han posicionado como referentes de la industria, se ha realizado el lanzamiento de 20 productos nuevos en diferentes categorías. La marca fue finalista de Effie Colombia en 2 categorías: Social Media y Promociones con la campaña Soltero; así mismo, logró la disrupción en redes sociales con real time marketing con campañas como "Shakira", "Inteligencia Artificial" y "Dream Job", donde se lograron más de 100 millones de impresiones orgánicas, 2000% interacciones y más de 1000% engagement.

65

**JUANITA
AGUDELO**

GERENTE DE MERCADEO Y VENTAS PARA
NEGOCIOS INDUSTRIALES EPSON

Uno de los mayores logros de la gerente de la unidad de negocio Industrial de Epson Colombia ha sido posicionar la marca y su tecnología en los target de emprendedores, pymes, sector educativo, que son fundamentales para la estrategia en Colombia, donde Epson se ha conocido por las impresoras para hogares, pero no por la tecnología de unidad industrial para sectores como señalización, publicidad, etiquetas y alta producción textil. El liderazgo de esta ejecutiva ha impulsado el entendimiento de las necesidades de los clientes con un acompañamiento constante. De igual manera, la necesidad de reducir el consumo de energía, agua y emisiones de carbono ha llevado a la compañía a plantearse el reto de demostrarles a las diferentes industrias que usan impresión digital que su tecnología es sostenible, innovadora y rentable.

66

**PAULA
USSA**

GERENTE DE
MERCADEO BAYPORT

Bayport es una compañía dedicada a las libranzas no bancarias, que, según la firma, ostenta el 30% del mercado en el país. Su gerente de mercadeo, Paula Ussa, ha acompañado durante los últimos seis años la estrategia comercial de la empresa a través de la fidelización de más de 1.500 asesores comerciales en todo el país, que a la fecha continúan haciendo realidad el propósito de brindar soluciones financieras. Con visión y desde su rol ha apoyado a la compañía a construir una marca que genera confiabilidad en el sector de las libranzas y ha desarrollado una estrategia de omnicanalidad, que ha revolucionado la experiencia de sus más de 70.000 clientes en el país. Asimismo, Paula llevó a cabo el paso a la transformación digital de la compañía desde el diseño y la experiencia del usuario.

67

**MARTA
SÁNCHEZ**

VICEPRESIDENTA DE MARKETING GLOBAL
PARA SUDAMÉRICA EN SCHNEIDER ELECTRIC

Su principal labor ha sido impulsar la estrategia de sostenibilidad de la compañía, para contribuir a la creación de nuevos negocios, aumentar la rentabilidad y generar valor comercial a la organización. Su trayectoria profesional de más de 19 años, demuestra que es posible alcanzar puestos de alto nivel en la industria, incluso en roles tradicionalmente dominados por hombres. Su posición en una empresa líder del sector de la energía es un fiel testimonio de que el género no debe ser una barrera para el éxito profesional. Ha posicionado a Colombia como el segundo país con Share of Voice - SOV más alto del mundo con un 56.7% lo que deja el trabajo hecho para Schneider Electric como una de las empresas del sector energético con mayor visibilidad en medios de comunicación y manejo de redes sociales frente a la competencia.

68

**DANIEL
ESPAÑOL**MARKETING & COMMUNICATIONS
MANAGER DE GI GROUP HOLDING COLOMBIA.

En esta empresa, presente en 34 países y con más de 20 mil clientes alrededor del mundo, Español ha tomado la responsabilidad de posicionar Gi Group como un ecosistema innovador con diversas soluciones en talento humano en Colombia. Gracias a su gestión, en solo un año, ha acercado la marca a más de cinco millones de colombianos que pueden verse beneficiados con el empleo que promueve Gi Group a través de medios de comunicación y acciones de marketing. Su pensamiento estratégico ha sido clave para consolidar esta marca, nacida hace veinticinco años en Italia, cuyos valores permiten generar empleo. Gestionó alianzas con la ANDI, la Asociación Colombiana de Empresas de Servicios Temporales, la Cámara de Comercio Colombo Italiana, el SENA, Asociación de Empresarios de La Sabana y ha liderado la estrategia de crecimiento de Gi Group mediante compras locales, apertura de puntos de atención al público y llegada de nuevas marcas de la holding al país.

69

**XIMENA
HERNÁNDEZ**COUNTRY MARKETING MANAGER
ASUS COLOMBIA

Según su equipo, esta ejecutiva ha demostrado ser una líder excepcional y una fuerza motriz detrás del éxito de Asus en Colombia. Su capacidad para liderar equipos, impulsar la creatividad en el marketing, mantener relaciones sólidas con el mercado local y su enfoque en la satisfacción del cliente son razones clave para considerarla una de las gerentes más exitosas del año. Como logros, se le atribuyen un crecimiento exponencial del equipo de marketing, lanzamientos de productos de vanguardia: ASUS Zenbook Fold 17 OLED, ASUS Zenbook S 13 OLED, ROG STIX, y ROG ALLY, productos que han alcanzado el estado de "sold out". Esta líder ha dedicado tiempo y esfuerzo para fortalecer las relaciones de Asus con el mercado local en Colombia. Su compromiso ha sido esencial para el éxito de la empresa en la región.

70

**MARÍA LORENA
VILLATE GAITÁN**DIRECTORA DE ASUNTOS EXTERNOS
TEMBICI

Esta ejecutiva lidera la alianza de Tembici con la Alcaldía Mayor y la Secretaría de Movilidad de Bogotá para ofrecer a la ciudad cicloparqueaderos y ciclotalleres que utilizan los ciudadanos para así fortalecer la cultura de la bicicleta. Según su equipo, esta abogada cuenta con experiencia y visión adquirida durante más de 13 años en distintas empresas, para la administración del acuerdo del espacio público con estas entidades. En menos de un año de operación, Tembici ha realizado más de un millón de viajes, registrando más 85 mil usuarios, desplegando así un entorno de movilidad urbana compuesto de 3.300 bicicletas entre mecánicas y eléctricas y 296 estaciones de parqueo en seis localidades de la ciudad.

71

**JOHAN
PINZÓN**GERENTE DE MERCADERO
SAMSUNG

Bajo su liderazgo se realizó con gran éxito este año un recorrido por diversas regiones de Colombia "Vive Samsung" para dar a conocer las ventajas de la conectividad de la marca, presentar el amplio portafolio de productos que se ajustan a las necesidades de todos y cómo facilitan la vida de las personas. Así mismo, ha liderado actividades innovadoras en las que la marca ha hecho presencia, llamando la atención del público local y posicionándola como la marca preferida por los colombianos. De hecho, Samsung Colombia es la única empresa de tecnología en los primeros cinco lugares del ranking Top of Mind 2023. Adicionalmente, la multinacional surcoreana es la primera en recordación en las líneas de teléfonos celulares y televisores.

72

**CAROLINA
CELIS**COMMUNICATIONS MANAGER
HITACHI

Desempeñó un rol esencial durante el proceso de rebranding de la compañía, que implicó la transición de ABB a Hitachi Energy. Su liderazgo se destacó al abordar el desafío de comunicar de manera clara y efectiva los cambios a los diversos grupos de interés. Su estrategia de comunicación 360 garantizó la comprensión y adopción del nuevo nombre y dirección de la empresa se basó en una implementación meticulosa y la capacidad de transmitir detalles técnicos y estratégicos fundamentales para la aceptación del cambio. Trabajando en estrecha colaboración con embajadores internos, aliados y agencias externas, Carolina articuló mensajes clave que destacaron la visión renovada de Hitachi Energy.

73

**JUAN ALBERTO
YOKENS**GENERAL MOTORS
GERENTE DE MERCADERO

En el último año de su gestión, se destacó liderando la estrategia de lanzamiento de cinco productos exitosos, expandiendo la presencia de la marca en Colombia hacia tres nuevos segmentos. El país fue el primero en la región en presentar la SUV eléctrica Bolt EUV, agotando sus unidades de venta en tan solo un mes. Además, el lanzamiento de la icónica Silverado logró una participación del 35 por ciento en su segmento desde el primer mes de ventas, y la Pickup Montana atrajo la atención con una preventa exitosa a través de una plataforma de e-commerce que agotó las unidades antes de su lanzamiento oficial.



Logística: apagando incendios

Quizás el principal reto de los gerentes de logística actualmente tiene que ver con el control sobre las cadenas de suministro globales.

LA GLOBALIZACIÓN HA AMPLIADO LAS CADENAS DE SUMINISTRO, LO QUE IMPLICA LIDIAR CON LA COMPLEJIDAD DE COORDINAR ACTIVIDADES EN MÚLTIPLES UBICACIONES Y CON SOCIOS COMERCIALES INTERNACIONALES. Al respecto, se viene manejando el concepto de cadena de suministro resiliente que se define o

identifica por su capacidad de recuperación.

Para la empresa SAP, esto significa “tener la capacidad de mitigar la mayoría de las interrupciones de la cadena de suministro y limitar en gran medida el impacto de las que ocurren”. Una práctica actual que debe asumirse e implementarse si el objetivo es mantener

SIN CHIPS

Uno de los problemas logísticos que más ha golpeado diversos sectores económicos es la falta de microcircuitos.

La escasez mundial de este dispositivo tuvo su origen La pandemia de COVID-19. En su momento se presentó un aumento de la demanda, no solo por las consecuencias de confinamiento, sino también impulsada por el crecimiento de la tecnología 5G, la inteligencia artificial y el internet de las cosas.

Además, se presentó un problema ya que la producción de chips está muy concentrada en un pequeño número de países, principalmente Taiwán, Corea del Sur y China. Esto hace que la industria sea vulnerable a los acontecimientos geopolíticos.

negocios viables.

Si bien el momento de más grave crisis se vivió en la propia pandemia y algunos meses después, el reto frente a las cadenas de suministro sigue vigente sobre todo por el aumento de los precios y la forma como la inflación impacta toda la cadena de suministro.

“La interconexión de las cadenas de suministro globales significa que cuando sube un precio, tienden a subir otros”, explica Delia Macaluso y Michael McMahon en el texto *What is supply chain inflation and why is it driving up consumer prices now?*.

La cadena global es todo un reto. Pero no es el único. La tecnología y automatización de procesos están a la orden del día.

La logística está siendo transformada por avances tecnológicos como la inteligencia artificial, la automatización de almacenes, el seguimiento en tiempo real y la gestión de datos masivos. Los gerentes deben estar al tanto de estas tecnologías y adoptarlas para mejorar la eficiencia y la visibilidad en la cadena de suministro.

En este sentido, una práctica mundial que se viene implementado en materia de logística empresarial es el uso de la tecnología blockchain para mejorar la transparencia y la eficiencia de la cadena de suministro.

La tecnología blockchain es un sistema de registro descentralizado que utiliza criptografía para asegurar la integridad de los datos. Esto puede ayudar a las empresas a rastrear los productos a través de la cadena de suministro, desde la fuente hasta el consumidor final. Esto puede ayudar a las empresas a mejorar la visibilidad de la cadena de suministro, identificar y prevenir problemas potenciales y reducir los costos.

Walmart utiliza blockchain para rastrear los productos alimenticios desde el campo hasta el plato. Esto ayuda a la empresa a garantizar la seguridad alimentaria, reducir el desperdicio de alimentos y mejorar la transparencia de la cadena de suministro.

IBM ofrece una plataforma de blockchain para la logística que permite a las empresas rastrear los productos a través de la cadena de suministro, desde la fuente hasta el consumidor final.

Maersk, una empresa de transporte marítimo, utiliza blockchain para rastrear los contenedores de carga a través de la cadena de suministro.

74

EDUARDO BERRIZBEITIACOUNTRY MANAGER
FEDEX EXPRESS

Con una trayectoria de más de 39 años en la industria del transporte, Eduardo Berrizbeitia ha forjado una carrera marcada por la excelencia en FedEx. Su liderazgo se caracteriza por poner un fuerte énfasis en las personas, fomentando un entorno laboral basado en los valores de respeto, confianza, colaboración y crecimiento mutuo. Eduardo comparte y promueve los valores fundamentales de FedEx, para mejorar el entorno laboral y contribuir positivamente al desarrollo económico de Colombia, como líder de más de 300 miembros del equipo local. Su experiencia y compromiso son un activo invaluable en la industria del transporte.

75

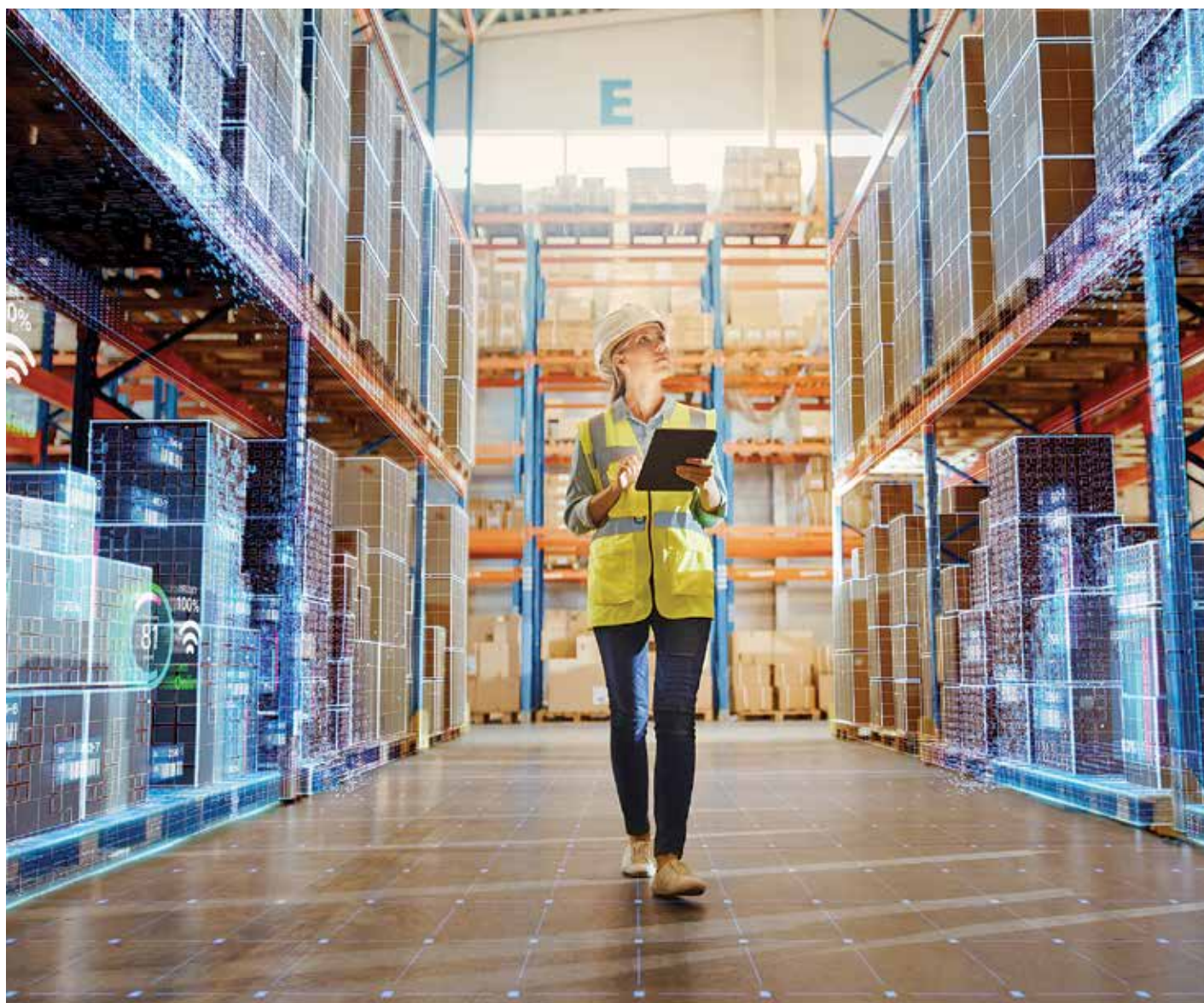
JUAN ANDRÉS DUARTECEO
DUAGA

Bajo su liderazgo ha logrado convertir a la empresa en un referente internacional en el sector portuario y logístico. Con una presencia en más de 13 países, ha tejido una red sólida y estratégica que ha impulsado el crecimiento de la industria a nivel continental. Su especialización abarca una amplia gama de cargas, desde contenedores y graneles sólidos hasta hidrocarburos y logística de proyectos, demostrando versatilidad y profundo conocimiento del sector.

76

HÉCTOR MANOSALVA ROJASPRESIDENTE CENIT TRANSPORTE
Y LOGÍSTICA DE HIDROCARBUROS

Bajo su hábil liderazgo, supervisa un equipo de más de 1.400 colaboradores en cinco compañías dedicadas al transporte y logística de hidrocarburos, incluyendo a Cenit, Oleoducto Central (Ocensa), Oleoducto de los Llanos (ODL), Oleoducto de Colombia (ODC) y Oleoducto Bicentenario. Este conjunto de empresas opera una vasta red de más de 8.500 kilómetros de tuberías que atraviesan 239 municipios colombianos, facilitando el transporte de crudos y refinados a lo largo y ancho del país.



Establecer logros claros



La tendencia actual en materia de gerencia de Responsabilidad Social y Empresarial es la de establecer metas claves y realizables. Atrás quedaron las ideas románticas y de marketing. Es el momento de actuar con responsabilidad y conciencia.

EN UN MUNDO EMPRESARIAL CADA VEZ MÁS ENFOCADO EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, LA ADOPCIÓN DE ESTRATEGIAS QUE ABORDEN TANTO CUESTIONES AMBIENTALES COMO SOCIALES SE HA CONVERTIDO EN UNA PRIORIDAD PARA MUCHAS EMPRESAS.

Como señala Magdalena Radaelli experta en el tema de soluciones sustentables, a un medio local hace un par de años “Visión de liderazgo, metas claras, y compromiso son las claves para ser sostenible”.

En este contexto, se vuelve esencial que estas estrategias no solo sean bien intencionadas, sino también impulsadas por metas concretas y alcanzables. La búsqueda de un enfoque de Responsabilidad Social auténtico se ha convertido en el núcleo de la discusión sobre la sostenibilidad empresarial.

El proceso de desarrollar

una estrategia defectiva y auténtica implica varios pasos clave.

En primer lugar, es fundamental obtener el respaldo de los ejecutivos de la empresa, ya que su liderazgo y apoyo son cruciales para la implementación exitosa de la estrategia. Identificar los temas materiales relevantes para la empresa y sus partes interesadas es un paso esencial.

Una vez que se han identificado las cuestiones materiales y se ha obtenido el apoyo de los ejecutivos, es fundamental alinear las metas de la estrategia con los valores y la cultura de la empresa. Esto es de vital importancia.

Establecer un marco de metas concretas y medibles proporciona una dirección clara para la implementación. Además, la creación de un sistema sólido de implementación y rendición de cuentas garantiza que las acciones se realicen

eficazmente y se mantenga la transparencia siempre.

En última instancia, la entrega de informes transparentes es crucial para comunicar el progreso y los resultados de la estrategia de en especial cuando se involucran a todas las partes interesadas, construyendo así la confianza y la autenticidad en el compromiso de la empresa con la responsabilidad social empresarial.

RESPONSABILIDAD EN QUÉ

Algunos de los retos más destacados en esta materia son la mitigación del cambio climático y la adopción de prácticas sostenibles. La presión para reducir las emisiones de carbono, gestionar eficazmente los recursos naturales y promover la sostenibilidad en toda la cadena de suministro es cada vez mayor.

Igualmente, la promoción de la inclusión y la diversidad en el lugar de trabajo es un desafío continuo. Las empresas deben esforzarse por crear entornos de trabajo equitativos y diversos que reflejen la sociedad en su conjunto.

El cumplimiento ético y legal es esencial en temas de responsabilidad. Los escándalos relacionados con la ética y la conducta empresarial pueden tener un impacto negativo significativo en la reputación y la rentabilidad.

No puede quedar a un lado la participación de la comunidad. Las empresas deben involucrar activamente a las comunidades en las que operan. Esto implica no solo respetar los derechos de las comunidades locales, sino también contribuir positivamente a su desarrollo.

EJEMPLO MUNDIAL

Un ejemplo relevante de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a nivel global se encuentra en el compromiso asumido por la empresa Unilever.

Este compromiso se centra en abordar diversos desafíos a nivel mundial, que incluyen la reducción de desechos plásticos, la mitigación del cambio climático y la promoción de la igualdad de género.

Unilever está en medio de una transición significativa hacia la adopción de fuentes de energía renovable en todas sus operaciones. A la vez, la compañía trabaja activamente para reducir el impacto de sus productos cuando los usan los consumidores.

77

**ANDRÉS
SANTANA**

GERENTE DE SUSTENTABILIDAD MABE

Asume un rol fundamental al encabezar los esfuerzos de la estrategia corporativa de sustentabilidad en Mabe para la región Andina y Centroamérica. En esta posición dirige con programas de Responsabilidad Extendida del Productor (REP), una tendencia que ha emergido como vanguardia en la promoción de la circularidad en el ámbito empresarial. Estos programas obedecen a rigurosas normativas ambientales en los países y plantean una transición sólida hacia modelos de consumo más sostenibles, alentando a la sociedad a repensar sus hábitos y prácticas de consumo para un futuro más respetuoso con el medio ambiente.

78

**JULIANA
SUSO JARAMILLO**

GERENTE RSE ISA

Lidera el proceso de desarrollo, consolidación y promoción de mecanismos de relacionamiento y compromisos con los grupos de interés de ISA. Su enfoque principal radica en fomentar relaciones de largo plazo fundamentadas en principios éticos, transparencia, constructividad y pleno respeto de los derechos humanos. Juliana ha desempeñado un papel crucial en la creación de canales de comunicación que facilitan el intercambio de información, garantizan espacios de diálogo y fortalecen las relaciones basadas en la confianza y la legitimidad.

79

**CARLA
BUENDÍA**LIDER DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL IBM

Bajo su dirección han surgido proyectos que han capacitado a más de 40.000 personas en colaboración con IBM, gracias a alianzas estratégicas con entidades como el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTIC) y la Alcaldía de Bogotá-Secretaría de Desarrollo Económico. Carla ha liderado la implementación exitosa de IBM SkillsBuild, la plataforma educativa de IBM, que ya cuenta con más de 50.000 inscritos en Colombia, abarcando tanto a adultos como a estudiantes. Colombia se destaca en este logro, ya que representa el 46% del total de inscritos en toda América Latina.

80

**CAMILA
ESCALLÓN**

GERENTE SENIOR DE COMUNICACIONES Y ASUNTOS CORPORATIVOS UNILEVER

En la región Andina, que abarca Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, Camila ha reestructurado con visión estratégica el área de Comunicaciones y Asuntos Corporativos. La formación de equipos multidisciplinarios de alto desempeño y la implementación de una estrategia orientada al futuro han garantizado un servicio excepcional a los diferentes mercados. Su habilidad para navegar contextos políticos y sociales complejos en la región ha sido fundamental para mantener la licencia para operar de Unilever en un entorno desafiante.



Retos del servicio al cliente: personal idóneo y educación



Los gerentes de servicio al cliente que deben atender millones de personas al día se enfrentan a una serie de nuevos retos producto de la transformación digital de las empresas.

SATISFACER LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS DE CLIENTES EN MERCADOS COMPETITIVOS SE PUEDE VOLVER UN DOLOR DE CABEZA. Pensando en esto Gerente consultó diversos expertos que dieron su opinión sobre diversos desafíos que hoy enfrentan los profesionales de la atención.

El primero de ellos tiene que ver con el concepto de Call Center y la forma como se concibe actualmente el trabajo con centros de contacto.

Al respecto una investigación publicada por el Harvard Business Review titulada Kick Ass Consumer Service puso de manifiesto la necesidad de cambiar viejas prácticas en los centros de contacto.

Cuatro investigadores internacionales analizaron cómo funcionan

actualmente estos centros de llamadas, en diversos lugares del planeta, para concluir que uno de los cuellos de botella se presenta en el recurso humano.

Los expertos concluyeron que toda empresa y gerente que quiera avanzar en la construcción y continua mejora de servicios deberá cambiar el enfoque de contratación y manejo de personal al interior de los call centers. Una tendencia internacional donde se está transformando el manejo masivo de personal por una cultura para el servicio.

“Las empresas no contratan a las personas adecuadas como representantes de primera línea, ni las preparan para enfrentar los desafíos cada vez más complejos que conlleva el trabajo”, concluyeron los expertos.

Analistas del tema ha dicho que se deben revisar, por ejemplo, todos los proyectos educativos de entrenamiento y las formas de contratación. No se trata de encontrar una persona que haga una labor por que sí, existen otros factores mucho más importantes que determinan el por qué se contrata o no a un empleado.

La clave está en construir una cultura que valore y recompense a todo el personal que hace parte de los equipos.

La idea es crear un conjunto de valores, normas, creencias y prácticas compartidas dentro de una organización que

81

**ÁNGELA
MORENO**

 GERENTE DE SERVICIO AL CLIENTE
BAYPORT COLOMBIA

Se ha erigido como la figura clave en la conducción de una notable transformación en la calidad de atención que esta empresa brinda a sus más de 70.000 clientes durante los últimos seis años. Su liderazgo ha dado lugar a una estrategia meticulosamente diseñada para alinear el servicio con las expectativas y necesidades de la clientela. Un logro significativo y revelador en este periplo es la certificación de Protección al Cliente en nivel Oro, concedida a Bayport Colombia por la prestigiosa agencia internacional Microfinanza Rating (MFR), una entidad de renombre en el campo de las finanzas inclusivas y sostenibles.

82

**HILDEGARD
HEINS**

 DESARROLLO DE NEGOCIOS Y EXPERIENCIA
DE CLIENTES
CHEVYPLAN

Asume un desafiante rol en la histórica organización de 28 años, ChevyPlan. Su misión: consolidar las estrategias empresariales, elevar la experiencia del cliente y liderar la revolución digital. Además, se enfoca en fortalecer el área de Data & Analytics y reorientar el marketing hacia la difusión del modelo de negocio y la marca.

En el ámbito de la transformación digital, lidera la mejora del CRM para optimizar la interacción con los clientes y crear experiencias memorables. Todo esto en el contexto de fomentar una cultura empresarial basada en datos para decisiones fundamentadas.

coloca a la satisfacción del cliente en el centro de su filosofía y operaciones.

Sumado a lo anterior, existe un nuevo reto para los gerentes encargados de servicio al cliente. Este tiene que ver con nuevos saberes y procesos educativos que dotarán a los encargados de las herramientas necesarias para abordar los retos actuales.

Actualmente en universidad internacionales y al interior del país se encuentra oferta educativa que va desde un MBA en Servicio al Cliente hasta cursos que ayudarán a expandir conocimiento específico en Análisis de clientes.

El mundo es el límite

El gerente de exportaciones es el embajador de la empresa ante el mundo. Su objetivo: abrir y mantener los mercados en los que su producto o servicio agregue valor, así que dependiendo de qué se trate, el mundo es el límite para estos directivos cosmopolitas, diplomáticos y hábiles para los negocios.

ABRIR MERCADO EN OTRO PAÍS ES TODO UN RETO: CONOCER EL PAÍS, SUS COSTUMBRES, SU POTENCIAL DE NEGOCIO, EL PANORAMA ECONÓMICO Y LEGAL, INCLUIDA LA ESTABILIDAD EN LAS REGLAS DE JUEGO, ES LA HABILIDAD ESPECIAL QUE TIENE UN GERENTE DE EXPORTACIONES, QUE MATERIALIZA LAS EXPECTATIVAS EN NEGOCIOS REALES.

La docente de la Escuela de Negocios y Desarrollo Internacional del Politécnico Grancolombiano, Clara Velásquez, explica que lo primero que debe tener este perfil es un amplio conocimiento de la gestión del comercio internacional, es decir, estar familiarizado con regulaciones en materia de comercio exterior, tratados internacionales, tratados comerciales y tratados de libre comercio. “También debe conocer los procedimientos aduaneros, si bien él no es quien va a realizar el trámite de la exportación del producto o servicio, sí debe conocer sobre cuáles son los procedimientos. También debe tener unas habilidades de marketing digital y comercio electrónico, reconociendo la alta competencia que hay en tiendas online”.

La docente agrega que es necesario que tenga habilidades interculturales, es decir, la capacidad de leer, entender, respetar y gestionar las diferencias culturales, esto es importante para establecer relaciones comerciales exitosas con sus clientes en el extranjero; el gerente exportador debe ser también un experto en temas de gestión del riesgo comercial y de riesgo financiero.

Velásquez destaca la capacidad estratégica que le permita desarrollar



CONOCER Y MANEJAR LA CADENA DE SUMINISTRO ES VITAL PARA ESTE PERFIL DE LA EMPRESA.

estrategias efectivas para la exportación, que se alineen con los objetivos y planes de la empresa. “Tres aspectos principales son: tener muy claro el análisis del mercado, el desarrollo de las estrategias y la gestión de los riesgos que debe afrontar. Un gerente debe siempre estar evaluando sus posibles competidores, evaluando los mercados internacionales, buscando oportunidades, identificando amenazas, haciendo seguimiento de las tendencias del mercado”.

CADENA DE VALOR

El Principal Executive Colombia de Page Group, Diego Monroy, asegura que el gerente de exportaciones debe ser bilingüe en inglés/español con fuertes capacidades en Pensamiento Estratégico Internacional. Debe contar con gran capacidad de planeación para integrarse progresivamente en las cadenas globales de valor y no enfocarse únicamente en productos o servicios terminados. “Necesita un fuerte componente adaptativo de comunicación intercultural para hacer negocios fuera de las fronteras del país en entornos constantemente cambiantes, así como innovación para posicionarse en el mercado con portafolios diferenciados de bienes o servicios”.

De igual modo, debe conocer a profundidad la cadena internacional de suministro y tener conocimientos sobre la última versión de los Incoterms (para exportación de bienes).

“Sugeriría un acento marcado en posicionar a su compañía y su portafolio de bienes/servicios bajo la sombrilla de la sostenibilidad, por ser un tema de la más alta relevancia en el contexto internacional, tratando de acercar la cultura corporativa a los temas ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza)”, afirma Monroy.

CONOCER LA REGULACIÓN DE COMERCIO EXTERIOR Y LOS TRATADOS INTERNACIONALES Y CÓMO SACARLES PARTIDO SON FUNDAMENTALES EN LA LABOR DEL GERENTE DE EXPORTACIONES.

EL GERENTE DE EXPORTACIONES DE HOY ES BILINGÜE, INTERCULTURAL Y CONECTADO CON LA TECNOLOGÍA.



Creatividad para resolver problemas

Sin lugar a dudas y teniendo en cuentas los contextos colombianos un gerente de tecnología preparado para las coyunturas actuales debe tener habilidades suficientes en temas de ciberseguridad e innovación. Quizás dos de los temas más importantes hoy.

PARA NADIE ES UN SECRETO LA SITUACIÓN DE CIBERSEGURIDAD QUE VIVE COLOMBIA Y LA DESTREZA PARA SORTEAR SITUACIONES TAN COMPLEJAS COMO UN RANSOMWARE DEBE SER UNA HABILIDAD DE UN GERENTE. Si bien es cierto que un Chief Technology Officer (CTO) no es el directamente responsable en las respuestas a incidentes es vital que se tenga competencias para sortear situaciones complejas.

En el tema de seguridad el CTO debe ejecutar varias tareas. La primera, y quizás más importante, es el desarrollo de la estrategia de ciberseguridad. Esto incluye la identificación de

amenazas potenciales, la evaluación de riesgos y la definición de políticas y procedimientos de seguridad.

Así mismo, es el encargado de la supervisión de la Implementación de medidas de seguridad. Trabaja en estrecha colaboración con equipos técnicos para implementar medidas de seguridad, como firewalls, sistemas de detección de intrusiones, software anti-virus y soluciones de cifrado.

Igualmente, dentro sus actividades más importantes está la auditoría y evaluaciones de seguridad. Sin duda alguna el CTO de hoy está encargado de la planificación de la conti-

PENSAMIENTO DE DISEÑO

El Design Thinking se puede aplicar a cualquier área, incluyendo la tecnología. En este contexto, el Design Thinking se utiliza para crear nuevos productos, servicios o procesos tecnológicos que satisfagan las necesidades de los usuarios.

Aplicar esta metodología ayudará a diseñar nuevos productos tecnológicos que satisfagan las necesidades de los usuarios. Mejorar los productos tecnológicos existentes o crear nuevos servicios

nidad del negocio y la recuperación ante desastres.

"La seguridad de la información no es una cuestión de tecnología, sino de gente, procesos y cultura. Los CTO y los líderes tecnológicos tienen la responsabilidad de no solo implementar soluciones técnicas, sino de crear una cultura de seguridad en toda la organización. La ciberseguridad no es solo un problema de tecnología; es un problema de gestión y liderazgo", indicó Bruce Schneier, un destacado experto en seguridad informática y autor de renombre en el campo de la ciberseguridad.

NUEVAS IDEAS

Los CTO son responsables de liderar la estrategia tecnológica de una organización y, como parte de esta función, desempeñan un papel esencial en el fomento y la gestión de la innovación.

Hoy un gerente de tecnología debería poder liderar el desarrollo de una nueva aplicación móvil que mejore la experiencia del cliente o debería ser capaz de usar inteligencia artificial para automatizar procesos y mejorar la eficiencia.

"La creatividad sucede cuando las personas no se sienten restringidas y pueden pensar, imaginar y construir sin restricciones. Para que la creatividad funcione en un contexto empresarial, es importante que los miembros del equipo vean claramente la visión y estrategia de una empresa", indica Mike Schroepfer, CTO de Meta.

Sin embargo, los temas de creatividad e innovación no son habilidades sencillas de desarrollar. Una de las claves está precisamente en la educación continua. Es indispensable realizar inversiones en esta materia.

En este campo al menos existen tres grandes campos a explorar, más allá del conocimiento técnico.

El pensamiento de diseño es uno de ellos. Se trata de un enfoque centrado en el usuario que se enfoca en comprender las necesidades y deseos de las personas para generar soluciones creativas.

Otro campo es el de la Innovación Abierta. Aquí se estudian y aplican conceptos de innovación abierta que permiten colaborar con personas y organizaciones externas para aprovechar ideas y recursos externos en procesos de innovación.

Finalmente se puede expandir el conocimiento adquiriendo habilidades en Psicología de la Creatividad que ayudará a identificar y superar bloqueos creativos, así como a fomentar un ambiente que estimule la creatividad en el equipo.

83

**MARTHA E. RUIZ
DIAZGRANADOS**SECRETARIA GENERAL
TELÉFONICA

Bajo su encomienda, la compañía ha experimentado notables logros que han impulsado el desarrollo tecnológico y legal en la región. Uno de los hitos más sobresalientes de su gestión es la creación de la empresa de Fibra Óptica Onnet, una iniciativa que ha transformado el panorama de las comunicaciones en Colombia. Gracias a esta innovación, más de cuatro millones de hogares en más de 60 ciudades y localidades del país disfrutan ahora de un acceso a internet de alta velocidad y calidad sin precedentes.

84

**IVÁN
HERRERA**GERENTE TECNOLOGÍA
SAS

Es un apasionado de los datos desde temprana edad. Su pasión por la estadística y la inteligencia artificial se afianzó al darse cuenta de su poder para prever el futuro a partir del pasado y el presente. Su misión ha sido impulsar la analítica avanzada con inteligencia artificial en Colombia y Ecuador. Iván destaca la experiencia de trabajar con profesionales de alto nivel y la posición de liderazgo en una empresa pionera en el uso de analítica e IA a nivel global.

85

**DORIAN
RALLÓN GALVIS**CEO
BIOFILE SAS BIC

Ha concebido una visión ambiciosa: permitir que profesionales de la salud se conecten y accedan a información médica desde cualquier lugar del mundo a través de sus dispositivos, eliminando las barreras físicas y de acceso en el sector de la salud mediante la digitalización completa. En términos numéricos, su impacto demuestra la acogida del servicio, con más de 25.000 usuarios del sector salud, incluyendo médicos, psicólogos, odontólogos, optometristas y terapeutas, además de su presencia en más de 136 ciudades.

86

**VALENTINA
VALENCIA**CEO Y FOUNDER
VAAS

Entre los clientes de Vaas figuran empresas de renombre como Addi y Clara, así como uno de los Fondos de Capital más grandes del mundo. La operación de Vaas actualmente involucra un volumen de 207 millones de dólares en transacciones hacia la región, las cuales son gestionadas de manera eficiente y totalmente automatizada mediante tecnología de punta para la gestión de deuda. Esto ha permitido a sus clientes reducir significativamente la carga operativa en sus procesos y aumentar su capacidad de flujo hasta cinco veces más.

87

**ANA MARÍA
BELENO RIOS**DIRECTORA MARKETING LAC
ANTHOLOGY

Desde el inicio de su mandato en el cargo, esta ejecutiva se planteó el desafío de impulsar la creatividad y la innovación en la industria B2B. En colaboración con su equipo, se embarcaron en la ambiciosa tarea de crear un documental multiformato que rindiera homenaje a los héroes anónimos de la educación en Latinoamérica. Su objetivo era destacar el esfuerzo de diversas áreas implicadas en el éxito de los estudiantes en instituciones de educación superior, revelando sus desafíos y cómo los superaron. Para hacer realidad este proyecto, llevaron a cabo entrevistas en 12 países de Latinoamérica, involucrando a aproximadamente 56 personas.

88

**FERNANDO
AYALA FERRADO**DIRECTOR GENERAL
INDRA

Con un enfoque claro en la promoción de políticas de responsabilidad social corporativa ha lanzado la iniciativa "Expedición Minsait" con el objetivo de acercar la tecnología a comunidades apartadas y menos favorecidas. Las intervenciones realizadas en el marco de este proyecto han sido diversas, abarcando desde la dotación y equipamiento de salas de informática, reparaciones de techos y muros, instalación de baterías sanitarias, creación de huertas escolares hasta la instalación de paneles solares y conectividad a internet, entre otras acciones.

89

**LINA
MONSALVE**GERENTE GENERAL MERCADO
LIBRE COLOMBIA Y VENEZUELA

Un enfoque estratégico y visión innovadora. Bajo su liderazgo, la empresa ha logrado consolidarse como un actor fundamental en la dinamización económica del país. Su compromiso con las pyme ha sido la piedra angular de su gestión, implementando políticas y herramientas que simplifican su participación en Mercado Libre, ofreciendo así una plataforma para su crecimiento y desarrollo. Su habilidad para fomentar la confianza entre vendedores y compradores ha sido crucial, creando un vibrante ecosistema comercial.

90

**ROGERIO
SPERB**BD COLOMBIA
GERENTE GENERAL

Ha impulsado tecnología médica que ha dejado una profunda huella en el sector de la salud. Su enfoque se ha centrado en elevar los estándares de atención al cliente, demostrando una sincera disposición para escuchar las necesidades de los pacientes y adaptar las soluciones de la empresa. Esto se ha traducido en una notable mejora en la calidad y eficiencia de todo el proceso de atención al paciente. Ha trabajado en implementación de procesos para el bienestar de los colaboradores dentro de la compañía.

91

**ANTONIO
RIVERO**DIRECTOR GENERAL
NAPSE

Ha logrado en menos de dos años posicionar la marca Napse como líder en el mercado latinoamericano, convirtiéndola en una referencia en temas de omnicanalidad y, más recientemente, de Comercio Unificado. Su enfoque se centra en mantener expectativas realistas y en cumplir consistentemente con las promesas realizadas. Está convencido de la importancia de mantener una comunicación abierta y honesta con los clientes, así como de seguir fielmente el propósito de apoyar a los emprendedores latinoamericanos.

92

**MICHAEL
FENG**GERENTE GENERAL
XIAOMI COLOMBIA

Ha lanzado más de 191 dispositivos de su ecosistema y 116 modelos de smartphones, abarcando diversas gamas de productos para asegurar que todos los tipos de usuarios tengan acceso a innovaciones tecnológicas sin restricciones. Su liderazgo ha llevado al Corporativo de Xiaomi a creer en Colombia y a apostar por el país, permitiendo la rápida y ágil introducción de sus mejores productos en el mercado. Feng reconoce a los colombianos como consumidores exigentes y líderes en la búsqueda constante de tecnología.

La clave: educarse

Los gerentes de las pymes tienen que asumir nuevos retos por los cambios que se están produciendo en el país.

EL SECTOR VIENE TRANSFORMÁNDOSE POR CUENTA DE LA FORMALIZACIÓN LABORAL, LAS CARGAS DE IMPUESTOS Y LA APUESTA DE ESTE GOBIERNO POR LA REINDUSTRIALIZACIÓN DEL PAÍS DESDE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS.

Los retos que vienen son grandes y los encargados de tomar las decisiones económicas tienen que cubrir una variedad de temas que van desde complejos temas tributarios, pasando por nuevos contextos de contratación hasta la posibilidad de abrir nuevos mercados en contextos cada vez más complejos.

Uno de los puntos más complejos que deben asumir los gerentes es la formalización de los empleos.

Según estadísticas de Acopi en el 2022 solo 13 de 22 millones de personas realizaron aportes a seguridad social. Este panorama es uno de los temas a la orden del día para el 2023 y 2024. Las decisiones que se tomen al respecto pueden cambiar el panorama de las pequeñas y medianas empresas del país y empresarios o gerentes deben estar preparados.

Para ilustrar la importancia de los cambios: de los más de los cinco millones de micronegocios que existen en el país el 88 por ciento de ellos no realizan aportes a salud ni a pensión. La pregunta que inmediatamente surge es cómo el sector abordará la realidad de la informalidad. La respuesta clave es: educación.

Para Acopi, gremio que entre otras agrupa a las pequeñas empresas, una de las soluciones está en el acompañamiento y educación. “Es una realidad que estos sectores requieren también mayor orienta-



“EL OBJETIVO ES BRINDAR EL FORTALECIMIENTO TÉCNICO Y PRODUCTIVO Y DE GESTIÓN EMPRESARIAL QUE LES PERMITA ALCANZAR MAYORES NIVELES DE PRODUCTIVIDAD Y COMPETITIVIDAD, SOPORTADOS EN UN SISTEMA CON MAYOR ASOCIATIVIDAD E INCLUSIÓN SOCIAL”
HERNÁN CEBALLOS GACHARNÁ,
GERENTE GENERAL DE INNpulsa COLOMBIA.

ción y apoyo para poder seguir su camino de formalización”, indicó Ana María Cadena, directora de la unidad para pensiones y parafiscales.

En este sentido, existe una amplia variedad de opciones educativas para abordar temas de formalización de empleos.

Todo gerente de Pyme puede optar por diversas formas de educación tanto formal como no formal que ya están disponibles en el mercado. En cursos que van desde talleres hasta maestrías tanto en modalidad presencial como virtual. Es supremamente importante que un gerente de pyme entienda los cambios en la legislación laboral y por ende en temas de seguridad social.

APROVECHAR LA OPORTUNIDAD

Otro de los aspectos clave que deben aprovechar los gerentes, es la oportunidad que puede presentarse ante la nueva política pública de construir capital privado desde las pequeñas y medianas empresas.

Al menos en el papel, el actual gobierno ha dicho que Colombia inició un camino nuevo que busca cambiar una economía de extracción hacia economía del conocimiento productiva y sostenible.

Esta premisa en la práctica supone cambios que pasan por las decisiones económicas de las empresas. El gobierno le apuesta a cerrar brechas de productividad, fortalecer encadenamientos productivos, diversificar y sofisticar la oferta.

El objetivo es aprovechar programas y proyectos que viene realizando el gobierno del cambio.

“El objetivo es brindar el fortalecimiento técnico y productivo y de gestión empresarial que les permita alcanzar mayores niveles de productividad y competitividad, soportados en un sistema con mayor asociatividad e inclusión social”, indicó Hernán Ceballos Gacharná, Gerente General de INNpulsa Colombia.

OPORTUNIDADES

El programa Aldea de Mincomercio e iNNpulsa busca fortalecer emprendimientos y mejorar oportunidades de crecimiento.

El programa brindará acompañamiento, consultorías con expertos, mentorías de alto nivel, acceso a laboratorios, capital productivo y conexiones de valor con 320 emprendedores a partir de noviembre de 2023.

93

**DANIEL
MESA**GERENTE DE PYME
KONKRETUS

Ha logrado exitosamente situar a la empresa en el mercado estadounidense, expandiendo su presencia de un único punto de venta a un total de 65 en el último año. Este logro se atribuye a la singularidad de su oferta en términos de material y paleta de colores, así como a la estrategia de precios que los diferencia en el mercado. Además, su proximidad al cliente y su receptividad al feedback del mercado les ha permitido desarrollar productos a medida de la demanda. Al combinar la versatilidad del concreto con su capacidad de diseño, han alcanzado altos estándares de calidad.

94

**ELIO
VILLALOBOS**GERENTE DE PYME
REINVENTAR CONSULTING

Ha creado una iniciativa transformadora que ha brindado apoyo a más de 1.000 emprendedoras, microempresarios, dueños de negocios y ONGs, desempeñando un papel crucial en la consolidación de sus proyectos. Este esfuerzo ha tenido un impacto significativo en el desarrollo de cientos de emprendimientos y la creación de puestos de trabajo en Colombia, tanto en iniciativas de nueva creación como en la preservación del tejido productivo del país.

95

**FABIÁN
MOTTA OSPINA**DIRECTOR GENERAL
Y FUNDADOR DE SMARTPR

La agencia ha diversificado sus ofertas para completar un portafolio sólido de soluciones para sus clientes. Estas incluyen un hub de contenidos, creación de marca y narrativa empresarial, datos e investigación corporativa, diseño, comunicaciones y relaciones públicas, entre otros servicios, con el objetivo de fortalecer las estrategias de sus clientes. Los logros de la agencia se ven reflejados en varios reconocimientos, entre los que destacan las certificaciones como Great Place to Work en 2022 y 2023, así como los Bulldog PR Awards.

96

**SUSAN
RODRÍGUEZ**DIRECTORA GENERAL
SOCIEDAD INSPIRAMARK

Con apenas cinco años en el mercado ha llevado a Inspiramark a competir con agencias de renombre, llegando a procesos finales de licitación y ganando la propuesta de valor de la compañía, conquistando clientes de la talla de Motorola, Sodexo, Continental Assist, Yamaki, entre otros. A pesar de la incertidumbre que ha permeado en Colombia, generando temor en empresarios y emprendedores, y llevando a algunas industrias a frenar su crecimiento, Susan, junto a su dedicado equipo, ha logrado un incremento del 29 por ciento en la facturación de Inspiramark en comparación con el año anterior.

97

**ERIKA
JARAMILLO**GERENTE GENERAL
KLAXEN

En la actualidad, Klaxen ostenta un portafolio que abarca más de 80 productos dedicados a la limpieza, desinfección e inocuidad. Entre estos productos se destacan las Klaxinn Tabs, unas pastillas efervescentes elaboradas a partir de cloro orgánico y tensoactivos de origen vegetal, cuya eficacia en la eliminación de microorganismos fue avalada por pruebas realizadas por la Universidad de Antioquia. La producción de Klaxen se lleva a cabo en su planta, ubicada en Yumbo, Valle del Cauca, y contribuye a la generación de empleo para más de 60 profesionales y personal de apoyo de la región.

98

**ESTEBAN
QUINTANA**CEO
KLIK ENERGY

Quintana lidera una empresa que está transformando el panorama energético colombiano. A través de Klik Energy, ha desencadenado una revolución en el sector al aplicar tecnología de vanguardia, permitiendo que el país nunca se quede sin energía y facilitando la integración de generadores renovables, a pesar de su inherente inestabilidad. En tan solo dos años desde su fundación, Klik Energy ha alcanzado una facturación anual de más de US\$1 millón y ha generado ingresos superiores a los US\$2,5 millones para los grandes consumidores de energía en general.

99

**SAMUEL
URQUIJO**CEO
KEYBE

En tres años logró reunir a un equipo y fundar una empresa tecnológica que compite en el escenario mundial, desde Colombia. Esta empresa está abriendo las puertas a una nueva generación de profesionales, permitiéndoles potenciar sus habilidades más humanas, creativas y empáticas gracias a la inteligencia artificial, al tiempo que reducen significativamente la carga de trabajo operativo. El impacto de su liderazgo y visión en el campo de la tecnología es innegable, y su historia es un testimonio inspirador del potencial que reside en la innovación y la dedicación.

100

**NATALIA
RÍOS**COUNTRY MANAGER
UALÁ

Ha ejercido un liderazgo destacado en su empresa, impulsando la expansión del concepto de educación financiera a través de la creación del Aula Ualá, una plataforma pedagógica destinada a instruir a los colombianos en temas de educación financiera para salvaguardar sus activos frente a la inflación. Además, ha trabajado incansablemente para fortalecer la propuesta de alianzas y promociones de su compañía, ofreciendo descuentos y reembolsos por compras en una amplia gama de sectores comerciales, que van desde supermercados y transporte hasta gimnasios, servicios de streaming y educación.

CARACOL
RADIO

6AM

HOY
POR
HOY

**Abrimos la conversación
todas las mañanas con
la información que te
acompaña todo el día.**

LUNES A VIERNES DESDE LAS 5:00 AM

GUSTAVO GÓMEZ • VANESSA DE LA TORRE
JORGE ESPINOSA • DIANA GIRALDO • JUAN FRAILE
JUAN FELIPE CADAVID • HERNANDO HERRERA
ALEJANDRO SANTOS • JUAN CARLOS ECHEVERRY

Encuéntranos en

100.9 FM • 810 AM
caracol.com.co

 @CARACOLRADIO
 CARACOLRADIO
 CARACOL_RADIO
 CARACOLRADIOOFICIAL



Mercedes-Benz
The best or nothing.



Descubre lo inigualable

EQ

100% eléctrico

4 Modos de manejo: Eco, Comfort, Sport e Individual con recuperación de energía inteligente.



Autonomía eléctrica de hasta 682 Km (WLTP)

Garantía de la batería de 10 años o 250.000 Km**

Autonomía eléctrica de hasta 438 km (WLTP)

Garantía de la batería de 8 años o 160.000km**

Incluye Wall Box



*Imagen de referencia. **Mayor información en www.mercedes-benz.com.co