

G55CIO

EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL CIO Y CEO

Año 1
Nº 17
Mayo 2017

A portrait of Andrés Galindo, a man with dark hair, wearing a grey suit, white shirt, and black tie. He is smiling slightly and has several medals and pins on his lapels. The background is a light grey geometric pattern.

En el **FUTURO** habrá ataques **SOFISTICADOS**

Si los usuarios no cambian su cultura digital y las empresas no implementan más servicios de visibilidad y mitigación de ciberataques es probable que los delincuentes tengan las de ganar. Al respecto, Andrés Galindo, director de Negocios de Digiware, nos ofrece sus puntos de vista.

SUMARIO



4

EN PORTADA

Luis Watanabe - Yanbal International
Internet es casi una necesidad intrínseca

6

TIEMPOS DEL CIO Y CEO

Andrés Galindo - Digiware
En el futuro habrá ataques sofisticados

8

ARTÍCULO

Elizabeth Ururi - Ingeniero de Sistemas y MBA de UPC
Los sistemas de gestión de almacenes

10

MAS ALLÁ DEL NEGOCIO

Alfredo Magán Neme
IDC
Hombre de mundo



11

MUJERES EN TECNOLOGÍA

Sara La Torre
Detona
Todos por igual



G55CIO

G55CIO es una publicación semanal,
editada en Perú por Grupo Bitácora

Director Ejecutivo

Manuel Díaz
manuel.diaz@grupobitacora.biz

Gerente General

Beatriz López
beatriz.lopez@grupobitacora.biz

Redacción

Armando Cuyubamba
armando.cuyubamba@grupobitacora.biz

Redacción - Colaboradora

Elizabeth Ururi Prinz

Arte y Diseño

Karelín Reyes
karelín.reyes@grupobitacora.biz

Fotografía y Banco de Imágenes

Fabrizio Díaz López
fabrizio.diaz@grupobitacora.biz

Atención al cliente y Suscripciones

suscripcion@grupobitacora.biz

Publicidad

publicidad@grupobitacora.biz

Se prohíbe la reproducción total o parcial del contenido de esta revista sin autorización del Director Ejecutivo. Los anuncios, artículos firmados y las opiniones de los entrevistados no refleja necesariamente la opinión del medio.

Una publicación de:



Grupo Bitácora

EDITORIAL

Tecnología, ayer y hoy

El tiempo es testigo de todo. Antes nos comunicábamos con mayor frecuencia vía cartas escritas a mano y teléfonos fijos. Hoy preferimos utilizar las redes sociales, el WhatsApp y los correos electrónicos para relacionarnos.

En el pasado era común que existiera en el hogar un solo televisor en blanco y negro cuyas emisiones de canales en señal abierta reunía a la familia en la sala de la residencia. En el presente, por lo general, en las casas hay más de uno de estos aparatos que transmiten programación vía cable en HD.

Asimismo, las computadoras personales eran productos usuales en el hogar y en la oficina. Aunque este objeto permanece en uso, las notebook, las tabletas y los smartphone se han sumado de manera masiva a la vida laboral e incluso personal.

Posiblemente, los teléfonos móviles son los que más han cambiado desde su aparición. Por lo general, cada versión supera a la anterior en resolución de cámara, calidad de la pantalla, entre otras características y funcionalidades.

En el ámbito empresarial, el hardware y el software también ha evolucionado generando sus correspondientes adquisiciones e implementaciones con mayor productividad, ahorro de costos, más eficiencia, entre otros beneficios.

Queda claro, que la tecnología ayer y hoy es efectiva y útil si se emplea con responsabilidad y ética. Su rol debe ser de un medio facilitador al proveer a la sociedad, por ejemplo, conveniencia en agilizar las transacciones personales y de negocios (banca, compras, etc.); precisión al reducir errores en las tareas rutinarias y monótonas, ahorro de costos y tiempo; y desarrollo en muchos campos como los negocios, la educación, los gobiernos, la medicina, entre otros.

La tecnología promueve la eficacia de la enseñanza y del progreso de habilidades de la sociedad; fomenta la actividad comercial; plantea optimizar o renovar nuestra intervención del mundo; y permite el desarrollo de nuevos modelos pedagógicos basados en el uso de las capacidades y potencialidades. Sobre lo último, este factor aplica a los diversos niveles de educación.

Asimismo, como medio, la tecnología incrementa la producción y el desarrollo económico en la sociedad moderna; brinda la realización de una comunicación e interacción con los demás; y permite que la vida sea más cómoda con algunos desarrollos contemporáneos.

Para acercarnos más a este tema, en la presente edición difundimos una nota realizada a Luis Watanabe, director corporativo de Arquitectura y Nuevas Tecnologías en Yanbal International. Esperamos que su lectura sea de su interés.

El Director

Internet es casi una necesidad intrínseca

Luis Watanabe tiene muchos años de experiencia en el campo de las Tecnologías de la Información, Por eso, abordamos al ejecutivo de Yanbal International para conocer la evolución de las principales herramientas y medios tecnológicos que han cambiado la marcha de las empresas y las relaciones personales.

Las Tecnologías de la Información (TI) siempre se han enfocado en soportar los negocios de las empresas posiblemente hasta hoy, sin embargo, el gran salto de la tecnología en el mundo contemporáneo ha sido cuando ésta ha sido empleada para ofrecer nuevos productos o servicios, o para generar nuevas empresas.

Así lo manifestó Luis Watanabe Sakamoto, director corporativo de Arquitectura y Nuevas Tecnologías en Yanbal International, tras señalar que uno de los principales puntos de inflexión en el desarrollo de las TI, al menos en nuestro país, fueron los usos de las conocidas tarjetas picadas, los mainframes (computadora central) y los primeros sistemas operativos; tiempos en donde “la tecnología estaba solo al alcance de las grandes empresas”.

Recordó que sus primeros pasos por las TI fue cuando programó los mainframes y que en aquella época no existían muchas herramientas disponibles en el mercado empresarial.

“Luego se desarrollaron y comercializaron las computadoras personales para el usuario de hogar con un empleo doméstico para labores de ofimática, así como los servidores empleados en las empresas

medianas. De este modo, el alcance de las TI se expandió”, precisó.

Para Watanabe, otro momento fundamental ocurrido en la historia de las tecnologías fueron la aparición de la familia de distribuciones de software Microsoft Windows que puso al alcance del usuario no tecnológico mucho más comprensible el empleo de las TI, así como de la suite de ofimática Office que reemplazó antiguos procesadores de texto (WordPerfect, por ejemplo) y hojas de cálculo (Lotus 123) hacia un entorno más familiar y comprensible.

Internet, todo un suceso

Sin duda, la aparición de la Internet, pero sobre todo su masificación, ha sido fundamental para el desarrollo de la humanidad. “Inicialmente, la Internet estaba solo disponible para las empresas. Por esta condición, las cabinas públicas que difundieron este servicio virtual fueron un fenómeno en el Perú, generando, en su momento, que fuéramos uno de los países del mundo con el mayor número de estos negocios”, comentó Luis Watanabe.

La red de redes abrió todo un mundo de posibilidades y de nuevos mercados. “Con el empleo de la Internet, las compañías dejaron de comercializar de manera local sus productos y servicios para llegar prácticamente al mundo. Todo al alcance de un clic, sin embargo, hubo organizaciones que no

se alinearon a esta posibilidad de llevar todos sus modelos de negocio al ámbito digital y desaparecieron”, aseguró.

Según el especialista, el ahorro económico, con su consecuente productividad, ha sido la primera razón para que las organizaciones adopten nuevas tecnologías, luego fue la generación de nuevos ingresos, que se distingue ofreciendo al mercado más productos y servicios.

Más demandas de contenido

Con la llegada de la Internet a las empresas y después a los hogares, los costos de conexión y la accesibilidad fueron mejorando.

“En general, los consumidores demandábamos contenidos en nuestras casas, situación que después se extendió con la movilidad a los smartphones. Así se dio la interconectividad y la masificación de los servicios de Internet, que se afianzó con el empleo de las redes sociales”, indicó el directivo de Yanbal International.

En conversación con G55CIO, Watanabe Sakamoto expresó que el consumo de Internet es parte de la vida de las personas: “En la actualidad, en los lugares públicos donde no existe Wi-Fi libre es muy probable que las personas se queden poco tiempo. La conexión con Internet es casi una necesidad intrínseca”.

Sobre el empleo de los smartphones y los servicios de los operadores móviles, el entrevistado sostuvo que al principio existían planes de datos caros, que hacía que el público no consumiera esos servicios. “Sin embargo, ahora vemos ofertas de planes sin consumo en redes sociales. De esta manera, el teléfono inteligente se constituye en el dispositivo principal para estar conectados”, advirtió.

De otro lado, en relación con los servicios en la nube, destacó a la Infraestructura-as-a-Service (IaaS), pero sobre todo a la Platform-as-a-Service (PaaS) y al Software-as-a-Service (SaaS). “Ahora se habilitan servicios y tecnologías de manera inmediata para las empresas sin necesidad de grandes inversiones”, mencionó.

“**EN GENERAL, LOS CONSUMIDORES DEMANDÁBAMOS CONTENIDOS EN NUESTRAS CASAS, SITUACIÓN QUE DESPUÉS SE EXTENDIÓ CON LA MOVILIDAD A LOS SMARTPHONES**”

Afirmó, además, que en el presente se puede experimentar bajo demanda con chatbot (programa informático con el que es posible mantener una conversación), Internet de las Cosas, Inteligencia Artificial, Machine Learning, Cortana (asistente personal inteligente), Watson, Customer Relationship Management (CRM), y herramientas de integración continua (DevOps).

“Con toda la tecnología a la mano, las empresas pueden generar nuevos productos y servicios. Por eso, en las compañías no existirá estrategia digital si piensan que las TI son solo un soporte, y si quieren ser competitivas y permanecer en el tiempo, la revolución digital hay que tomarla en serio”, finalizó el directivo.



“La revolución digital hay que tomarla en serio”

Si los usuarios no cambian su cultura digital y las empresas no implementan más servicios de visibilidad y mitigación de ciberataques es probable que los delincuentes tengan las de ganar. Al respecto, Andrés Galindo, director de Negocios de Digiware, nos ofrece sus puntos de vista.

En los últimos días hemos recibido noticias del ransomware WannaCry, el Adylkuzz para robar moneda virtual, el phishing que atacó a Google Docs, entre otros ciberataques globales que afectan las actividades económicas, empresariales y humanas. ¿Qué es lo que pasa?

“El impacto de los recientes ataques informáticos no ha cesado. Por eso, las organizaciones tienen de manera constante nuevos retos que nos impactarán, cabe recordar que con tecnología nueva viene la vulnerabilidad nueva y por esto es más fácil caer que estar seguros”, sostuvo Andrés Galindo, director de Negocios y Alianzas Estratégicas de Digiware.

Comentó que los ransomware tienen alrededor de 10 años de difusión en el mundo y que en general los ciberataques han desarrollado enfoques diferentes de propagación. “Antes estos delitos eran dirigidos hacia una persona o empresa específica. El cambio de paradigma es que estos ataques se producen ahora en mayor medida y su capacidad de propagación es más rápida”, acotó.

Además, el especialista manifestó que en la actualidad la propagación de los cibe-



En el futuro habrá ataques sofisticados

rataques es menos compleja porque “el mundo es cada vez más pequeño y está más interconectado”.

La transformación digital -anotó- genera grandes beneficios como darle la posibilidad a los países para que sean más competitivos en el mundo real. Por ejemplo, Emmanuel Macron, el nuevo presidente de Francia, propuso en su campaña electoral esquemas diferentes para desarrollar una economía digital en su país.

“Esos beneficios también pueden ser una dificultad, siempre y cuando, la seguridad informática no esté implícita en los planes de transformación digital”, indicó.

¿Por qué se produjeron los ataques?

Para Andrés Galindo, ninguna estrategia de seguridad informática es infalible, “ni siquiera para las compañías de avanzada incluyendo a nuestros clientes”.

Precisó que posiblemente las empresas afectadas por los ciberataques recientes no contaban en su Centro de Operaciones de Seguridad (SOC) con implementaciones de sistemas de seguridad que permitieran evitar un ransomware, una modalidad de ataque relativamente común. “Los ciberdelincuentes aprovecharon vulnerabilidades de Windows porque no hubo un servicio de gestión de parcheo virtual”,

expresó.

Los ataques se propagaron porque para ingresar a la red se empleó archivos adjuntos vía correo electrónico. Por lo tanto, -señaló Galindo- ¿qué servicios de filtrado

“LOS EVENTOS EXISTEN, ASÍ COMO LA TECNOLOGÍA Y LOS SERVICIOS ADECUADOS PARA PODER ASEGURAR A UNA COMPAÑÍA POR LO MENOS EN ESTE TIPO DE ATAQUES”

de amenazas avanzadas tenían los correos de las compañías afectadas?

Asimismo, sostuvo que, al parecer, las firmas perjudicadas no contaban con un sistema de servicio de EPR (Endpoint Protection and Response).

“Estos tres servicios no son novedosos y aunque sea si uno de ellos hubiese sido implementado en las redes empresariales, no habría generado demasiadas mo-

lestias”, advirtió el directivo en entrevista concedida a G55CIO, tras mencionar que “cómo es posible que simples estrategias de seguridad no se hayan adoptado internamente en las organizaciones”.

“Los eventos existen, así como la tecnología y los servicios adecuados para poder asegurar a una compañía por lo menos en este tipo de ataques porque en el futuro habrá otros más sofisticados”, subrayó el ejecutivo.

Según el entrevistado, los recientes ataques conocidos fueron como un piloto de otros que vendrán. “El WannaCry sorprendió y fue doloroso para las compañías. Luego el Adylkuzz robó criptomonedas en silencio. Estos daños son cadenas realizadas con serias consecuencias en numerosas compañías”, apuntó.

Frente a esta situación, es necesario tomar medidas y generar un contexto de información para tomar decisiones en tiempo real.

El centro de procesamiento de datos de Digiware es uno de los más aplicados a la seguridad digital que existe y otorga contexto a sus clientes en este tema, gracias a esto es el quinto SOC más grande de América latina según la casa consultora Frost & Sullivan.

El Entrevistado

Andrés Galindo es Director de Negocios y Alianzas Estratégicas de Digiware. Así como expositor de temas de seguridad digital, experto en transformación digital y su impacto en seguridad digital. El especialista es escritor de artículos de seguridad y columnista para medios

en la región. Tiene una importante experiencia en modelos de retorno de inversión sobre seguridad digital, conocimiento relevante en administración de empresas, asuntos legales, financieros, operativos en seguridad, así como evangelizador de seguridad digital.

Los sistemas de gestión de almacenes

¿Sabe qué beneficios puede obtener si implementa el Warehouse Management System o WMS en su organización? Elizabeth Ururi, Ingeniero de Sistemas y MBA de UPC, analiza las posibilidades que ofrece esta herramienta para optimizar la gestión de los centros de distribución y los almacenes.



En un mundo tan dinámico y competitivo como el que vivimos, las organizaciones están expuestas cada vez a mayores exigencias por parte del mercado, obligándolas a la búsqueda de la competitividad, a mejorar su productividad, los niveles de servicios, soportando una presión constante para que su gestión sea eficiente en el manejo de los recursos que tienen, sean estos materiales, humanos o financieros.

Las empresas industriales, retail y de distribución (como operadores logísticos, etc.) deben completar sus órdenes cada vez más rápido y a su vez cumplir mayores exigencias de los clientes, de lo contrario, serán sancionadas o se ejecutarán devoluciones cuando sus pedidos tengan errores en la forma de entrega (mal etiquetado o empaquetado), no se ha cumplido con el horario pactado, entre otros casos, generando costos logísticos altos.

En este contexto, la actividad logística, específicamente la gestión de los almacenes y/o centros de distribución, se ve expuesta a condiciones que exigen mayor eficiencia, precisión y velocidad de respuesta que parece acentuarse con el tiempo, dado que la empresa debe ofrecer al mercado el producto correcto, en el lugar correcto, en el momento correcto y en las condiciones correctas. En consecuencia, es necesario que las empresas enfrenten este desafío apoyándose en herramientas tecnológicas que apoyen a su gestión y una solución para los centros de distribución es utilizar un WMS.

Gartner define un sistema de gestión de almacenes (Warehouse Management System o WMS por sus siglas en inglés) como “Una aplicación de software que ayuda a gestionar las operaciones de un almacén o centro de distribución (CD)”.

El propósito principal de un software WMS es

controlar el almacenamiento y movimiento (recepción, reposición, picking, gestión de lotes, trazabilidad, entre otros) de los productos dentro del almacén haciendo uso de herramientas tecnológicas que le permiten identificar y conocer la ubicación de los productos, gestionar el trabajo y los recursos humanos necesarios para efectuar las operaciones (involucrando a operarios, estanterías, montacargas, paletas, entre otros), eliminando movimientos innecesarios, optimizando así los procesos operativos en los centros de distribución, permitiendo conocer de manera veraz y oportuna la cantidades de SKU (unidad de mantenimiento en almacén) de las que dispone.

Estos sistemas incorporan dispositivos móviles, como equipos de radiofrecuencia, en conjunción con los códigos de barras y, según la necesidad RFID, voice picking para formar la base transaccional de un WMS.

Los driver básicos de decisión asociados a

las configuraciones de un WMS se asocian al artículo, ubicación, cantidad, unidad de medida para determinar dónde y en qué secuencia efectuar la operación.

Es así, que un WMS ofrece a las organizaciones la oportunidad de fortalecer su competitividad, jugando un rol importante en disminuir los costos (mediante la mejora de la eficiencia de todos los procesos operativos), aumentar la eficiencia (aumentando la calidad de los servicios de cara a los clientes, a través de la reducción de errores en el picking), seguridad y precisión del inventario, trazabilidad y satisfacer las demandas del cliente (servicio de entrega a tiempo, el cumplimiento de pedidos individualizada, servicio de valor añadido flexibilidad y capacidad de respuesta a las peticiones de los clientes especiales).

Pero tenemos que ser conscientes que la tecnología es sólo un habilitador, por sí misma no soluciona los problemas que tiene la organización. El reto no está en invertir en la tecnología asociada al WMS como tal, sino en asumir la responsabilidad que implica el proyecto y eso

entre otros).

- Debemos de recordar que todo software world class se basa en buenas prácticas, y los WMS no son la excepción. Si tratamos de llevar los errores de gestión a la herramienta, sólo tendremos un BMW corriendo en una pista llena de baches, con paradas constantes.
- La selección del software y la tecnología asociada deben cumplir los requerimientos del proyecto.
- Consultores con experiencia.
- Plantear los objetivos y el alcance a cada uno de los integrantes del proyecto, involucrando desde el consultor, pasando por los usuarios clave, la gerencia general, los usuarios finales, los clientes y proveedores internos del Centro de Distribución.
- Asegurar la capacitación tanto al equipo de proyecto (usuarios claves) como los usuarios finales.
- Gestión del cambio: Recordar siempre que el miedo es comprensible y esperable, aquí lo importante es encontrar la motivación que permita quebrar los paradigmas.

“EL RETO NO ESTÁ EN INVERTIR EN LA TECNOLOGÍA ASOCIADA AL WMS COMO TAL, SINO EN ASUMIR LA RESPONSABILIDAD QUE IMPLICA EL PROYECTO Y ESO SE LOGRA IDENTIFICANDO LOS RIESGOS DEL MISMO”

se logra identificando los riesgos del mismo con una visión 360 y plantear acciones que permitan mitigarlos en beneficio del mismo, y así, lograr los objetivos por los cuales fue concebido, en esa línea debemos de asegurar:

- Infraestructura física del centro de distribución adecuada (racks, montacargas, espacio físico, entre otros).
- Revisión de los procesos internos (el rendimiento de la capacidad productiva puede estar siendo socavada por procesos y prácticas que desperdician tiempo) del área de almacén y las áreas asociadas (producción, comercial, control de calidad, acuerdos comerciales y de entrega,

- Comunicación del avance del proyecto a todo nivel.
- Compromiso de la gerencia.

Actualmente el cuadrante de Gartner para Warehouse Management System presenta:

- En el cuadrante de líderes a Manhattan, SAP y Oracle.
- En el cuadrante de retadores a High Jump, Infor y Reply.
- En el cuadrante de visionarios a Softeon y Tecsys.

Algunas de las observaciones que indica GS1 se debe tener al seleccionar una consultoría para un proyecto de implementación de WMS:

1. Entreviste a los resellers antes de la demostración.
2. Conozca al productor de software.
3. Insista en un sistema amigable al usuario.
4. Busque una solución que se integre con su información contable.
5. Pregunte sobre las capacidades de automatizar los procesos de administración del almacén.
6. Conozca los costos por adicionar usuarios y módulos.
7. Asegúrese tener opciones acordes a su crecimiento.
8. Conduzca las demostraciones del producto.
9. Entienda las diferencias básicas entre funciones estándares y “extras”.

Estar atentos a los cambios tecnológicos. Gartner adelanta algunos puntos que se deben de tomar en cuenta:

- 1 IOT y Red de dispositivos: Cada día más dispositivos son utilizados como puente a la información, datos, soluciones, aplicaciones o incluso personas, negocios e instituciones. El auge de los wearables o los sensores en ecosistemas de Internet de las Cosas abren una mirada de posibilidades a las empresas.
- 2 Información de todo: Todo elemento que la malla digital produce, transmite y utiliza información. Por ello, debe de aprovecharse mediante estrategias de inteligencia empresarial, puede significar qué cantidades ingentes de información hasta ahora considerada obsoleta, ininteligible, incompleta o simplemente no disponible, reporte beneficios inesperados.
- 3 Aprendizaje avanzado: La inteligencia artificial ya ha llegado al punto en que puede producir máquinas capaces de aprender de su entorno de manera completamente independiente.
- 4 Implementación de agentes autónomos y semiautónomos: Robots, vehículos autónomos, asistentes personales virtuales o robo advisors ya han entrado en nuestro día a día. Todos ellos son precursores del futuro cercano en la robótica, que siempre goza de mayor atención mediática, pero también de la ingeniería de inteligencia artificial, que tiene en Siri, Now y Cortana sus máximos exponentes.



Alfredo Magán Neme es un hombre interesado en la tecnología y el marketing. Por motivos laborales, académicos y turísticos ha viajado por diversos países de América Latina y Europa en donde ha cosechado enriquecedoras experiencias.

A sus apenas 36 años, Alfredo Magán Neme, analista senior de Dispositivos de Consumo y Comerciales de IDC para Perú y Ecuador, tiene un nombre ganado dentro del rubro. Este especialista estudió en la Universidad de Lima la carrera de Ingeniería de Sistemas, una Maestría de Marketing en ESAN y un Master en Marketing Intelligence en ESIC (España).

Poco a poco ingresó en el mundo de la Tecnología de la Información (TI) y el Marketing. “Trabajé en el BCP, en donde me encargué de la administración y operación de algunos sistemas de seguridad de acceso a información del banco. También laboré en IDC en donde apoyaba en la elaboración de estudios de diferentes mercados de consumo, software, servicios, elaboración de perfiles empresariales, etc. Además, fui gerente de Estrategia y Marketing en Xchange Perú (Buró de crédito) y Senior Consultant en IDC”, contó.

Así mismo, Magán se proyecta a seguir desempeñándose en el mundo corporativo, enfocándose en tecnologías. Ya que -según dijo- la banca, el retail, seguros y otros segmentos económicos han empezado una transformación digital muy interesante.

El planteamiento de retos y logros es importante para el crecimiento profesional de Al-

fredo, cuyos resultados compartió: “Integrar diferentes conocimientos de tecnologías y marketing, aplicando debilidades y fortalezas de cada mercado; tomar una maestría mientras trabajaba fue complicado, pero no imposible; encargarme de diferentes estudios de mercado de otro país estando basado en Perú y cada viaje que realizaba trimestralmente tenía que ser suficiente para entender cada mercado extranjero; finalmente, viajar a más de 14 ciudades en el mundo y haber conocido diferentes culturas, necesidades y formas de pensar”.

Por otro lado, confesó que su gusto por la tecnología despertó desde que era niño, por lo que decidió estudiar ingeniería de sistemas. “Cuando hice mis prácticas preprofesionales descubrí que mi gusto por la tecnología y con el tiempo se fue complementado con el marketing”, comentó.

TIEMPO LIBRE

El compromiso personal de Alfredo Magán es no abrir la notebook de la empresa los días que descansa. “Los fines de semana me dedico a relajarme, un poco de Netflix, ir al cine, hacer automovilismo, salir a caminar e ir a la playa y dedicarle un tiempo para estar al tanto de tendencias de tecnología. Pasar tiempo con mi familia es importante también para llevar una buena vida laboral y afrontar todos los desafíos que vienen en el futuro”, afirmó.

Todos por igual



Decidida y capa son dos palabras que definen a la perfección a Sara La Torre, licenciada en Psicología y actual Design Researcher de Detona, quien estudió en la Universidad de Lima y ha realizado programas de integración como talleres para padres de adolescentes con cáncer y calidad de vida de las personas.

Sara cuenta que no padeció de machismo en ninguno de sus trabajos. “Nunca he lidiado con alguna competencia y menos de género. Mi entorno laboral es importante y considero que el trabajo colaborativo es la base de todo. En mi generación las personas no vemos al otro como rival, por el contrario, analizamos la oportunidad de construir algo en conjunto”, manifestó.

Para ella, es curioso comprender cómo las carreras de humanidades pueden estar interconectadas con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Lo usual -cuenta- es encontrarse a un psicólogo clínico evaluando o elaborando diagnósticos, pero es inimaginable verlo diseñando.

Esta profesional de la salud mental cree que cuando se dice que el futuro es femenino no se busca crear brechas, sino que la sociedad puede estar más integrada. “El desafío es liderar con la desconfianza digital. No de-

bería marcarse esa diferenciación porque es caer en una heteronormatividad, ya que es fundamental que las tecnologías sean accesibles a todos”, dice.

PSICOLOGÍA Y COMUNICACIÓN

Ser mujer de éxito en los ámbitos laboral y profesional van de la mano, porque las personas no estamos divididas, refiere La Torre, quien agrega: “El aspecto laboral se puede ver reflejado en la vida personal, por el sentido que le da uno al trabajo. Si trabajas con pasión en lo que haces, eso se refleja en sentirse feliz y satisfecho”.

Aunque parezca raro, Sara nunca recibió formación especializada en tecnología ni en carreras afines, sin embargo, su estudio básicamente se enfoca en entender a las personas para luego trabajar en el diseño de una herramienta centrada en el usuario y sus necesidades.

Esta psicóloga es consciente que las personas interactúan permanentemente y que eso repercute a diario, facilitándoles una comunicación más inmediata. “Cuando estudié psicología inicié mi investigación de cómo el cerebro almacena nuestras interacciones cotidianas. Mi mensaje a las jóvenes es que no teman en arriesgarse y confíen en sí mismas, que se reinventen”, finaliza.

Un nuevo tiempo trae consigo
cambios.....

Bienvenido al Cambio

G55CIO

EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL CIO Y CEO

Todos los martes en su bandeja de entrada.....

Una publicación de:



Grupo Bitácora