

# G55CIO

EL PUNTO DE ENCUENTRO DEL CIO Y CEO

Año 1  
Nº 41  
Noviembre 2017



Estamos en la **CUARTA**  
**REVOLUCIÓN** industrial

Con conocimiento del presente y visión de futuro, Giovanna Cortez, gerente de Territorio de Microsoft para Perú, Bolivia, Ecuador y Paraguay, sostiene que es necesario que las empresas, el sector público y los ciudadanos se preparen para adaptarse a los nuevos tiempos.

# SUMARIO



## 4

### EN PORTADA

César Lavalle Susanibar - CRAC Raíz  
El reto es afrontar la cultura del cliente

## 6

### TIEMPOS DEL CIO Y CEO

Giovanna Cortez - Microsoft  
Estamos en la cuarta revolución industrial

## 8

### ARTÍCULO

Elizabeth Ururi - Laive  
Transformación Digital y Design Thinking

## 10

### MAS ALLÁ DEL NEGOCIO

Carlos Valdizán Flores  
Hundred  
Tiempo para todo



## 11

### MUJERES EN TECNOLOGÍA

Carmen Noel  
Think Networks Perú  
Somos multitask



# 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

Patricia Molina  
patricia.molina@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

## Buenas prácticas en el sector

“¿Tan difícil es caminar derecho?”, escribió en su perfil de Twitter en el 2011 la ex primera dama, Nadine Heredia, en medio de la entonces coyuntura política. Ahora esta frase de antología adquiere vigencia casi absoluta en las distintas esferas del país ante los sonados casos Lava Jato y Odebrecht, eventos donde imperó la corrupción.

Es innegable que el impacto de ambos sucesos de magnitud, sobre todo el segundo, está generando graves repercusiones en las instancias -además de políticas- económicas, sociales, judiciales, entre otras. ¿Qué podemos hacer cómo país?

Aparentemente, hay poco o nada por hacer en materia del rescate de la ética, los principios y los valores. Sin embargo, en G55CIO conservamos la esperanza de que estas normas todavía sean posibles de mantener y optimizar, pese a los malos ejemplos. Tenemos el espíritu de confianza en el presente y en el futuro sobre la permanencia de las conductas deseables para acondicionar nuestras vidas en cualquier tiempo y lugar.

Por nuestra parte, en el Grupo Bitácora siempre creímos en las buenas prácticas en ética y valores. Y no pensamos haber sido ingenuos, solo que mantenemos la esperanza en un mundo mejor, destacando los buenos ejemplos y las trayectorias de los ejecutivos del sector que realizaron una interesante trayectoria dentro de sus empresas y fuera de ellas.

En tal sentido, creamos en el año 2004 el Premio Ética y Valores en la Industria TI, distinción que resaltó el compromiso de integridad y transparencia de los ejecutivos del sector dentro de un entorno empresarial basado en factores de productividad.

Durante seis años consecutivos nuestra casa editora lanzó en el mercado peruano este Premio que se concedía a dos ejecutivos del lado del fabricante TI y dos ejecutivos usuarios corporativos. De esta manera, resaltamos la trayectoria y los principios del empleo de las buenas prácticas en ética y valores de los profesionales, donde no influía la marca ni la empresa en la que laboraba el ejecutivo premiado.

Han pasado algunos años de esta iniciativa del Grupo Bitácora y seguimos convencidos, hoy más que nunca, que existen logros interesantes en el sector y que la denominada “crisis de valores y principios” es más que nada una situación propia del individuo y social, por lo que el influjo de una sobre otra hace que los efectos sean más perniciosos.

Somos conscientes de que los medios de comunicación pueden estimular, difundir y resaltar aspectos positivos de la vida diaria que afiancen todo lo que debe ser para convivir en una comunidad y mercado que se caractericen por ser sanos. Ese fue y seguirá siendo nuestro granito de arena con el citado Premio.

## El Director

# El reto es afrontar la cultura del cliente

El mercado de Microfinanzas tiene sus propios desafíos y riesgos, los cuales con una adecuada gestión en seguridad y el respaldo de las Tecnologías de la Información se pueden reducir. Al respecto, César Lavalle, gerente de Seguridad e Inspectoría de la Caja Rural de Ahorro y Crédito Raíz, nos cuenta su experiencia.

**L**a seguridad en todas sus dimensiones es fundamental para desarrollar las empresas, aumentar la competitividad en el mercado y consolidar los negocios. Con mayor razón, este factor es clave, sumado a la confianza y la credibilidad, si la compañía pertenece al rubro de banca y finanzas.

En ese sentido, la labor de César Lavalle, gerente de Seguridad e Inspectoría de CRAC Raíz, es clave para esta entidad: "Tenemos más de 100,000 clientes externos a nivel nacional y 1,100 clientes internos distribuidos en 56 oficinas a nivel nacional. En total atendemos a más de ciento tres mil personas, con quienes hemos comprometido nuestro esfuerzo para garantizar la seguridad en sus transacciones y la integridad de sus datos personales".

El reto, según el directivo, es orientar los servicios microfinancieros a la tecnología digital, que faciliten al cliente sus operaciones con el uso de esta; asimismo, prever los avances de la criminalidad, en el incremento exponencial del fraude financiero que ha tomado fuerza en el país y que es necesario enfrentarlo oportunamente.

"Buscamos que nuestros clientes realicen transacciones de forma más segura. Por ello, aprovechamos los avances tecnológicos, tales como las transacciones on line, el uso de la biometría, las apps en smartphones, la georreferencia, entre otros, que

agilizan las operaciones de usuarios y clientes de este segmento", manifiesta.

La responsabilidad de César Lavalle en CRAC Raíz incluye la seguridad de la información, la informática, la salud y el trabajo, la seguridad física, y la investigación de fraudes. "todo este esfuerzo nos compromete en la atención del mercado microfinanciero, segmento que congrega al sector emergente de nuestro país", acota.

Además, en todos estos procesos y desde el primer contacto con los clientes, está presente la seguridad de la información y todo lo concerniente a la protección de los datos personales, establecidos por ley.

Es evidente que las empresas del sector microfinanzas en el Perú, tienen que asumir altos costos en el mantenimiento de sus operaciones; además de los riesgos por la naturaleza del tipo de negocio que atiende, realidades que de alguna manera se tratan de balancear con las gestiones de sus Unidades de seguridad de la información. "Valorizamos el esfuerzo de nuestros colaboradores en conseguir nuevos clientes, así como el costo que representa integrarlos y mantenerlos en el tiempo", advierte Lavalle, quien tiene 32 años de experiencia en el sistema financiero y 17 años en el segmento de microfinanzas.

Indudablemente, trabajar en microfinanzas es un mundo totalmente distinto en comparación a las entidades bancarias. Pero, para eso, las TI son recur-

sos que aminoran las dificultades e inconvenientes.

## Sensibilización y perseverancia

Las empresas de microfinanzas han madurado también comercialmente, a partir de la implementación de los sistemas de gestión de seguridad de información (SGSI), mejorando la filosofía competitiva de lograr crecimiento y expansión conservando los criterios de confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información en sus procesos de rutina. Es así que Directivos, Gerencias y Jefes, han logrado tomar conciencia que en la actividad microfinanciera, el SGSI toma también protagonismo en sus procesos.

Igualmente, para afianzar la seguridad de la información en la actividad de las microfinanzas se tuvo que vincular internamente a los colaboradores, proveedores y clientes. "Para el efecto, las gerencias de las áreas de Administración, Recursos Humanos, Negocios y Operaciones fueron convocadas para integrarse a la gestión de seguridad de información; inclusive se propone incluir a las gerencias de finanzas, con el fin que se planteen las expectativas futuras sobre los proyectos en cartera", apunta el ejecutivo.

Lavalle dice que el ritmo de rotación de los colaboradores de las empresas pertenecientes al mercado de las microfinanzas es muy alto y, a su vez, dinámico. Por este motivo, es necesario incidir en la capacitación y en campañas de sensibilización que coadyuven a mantener la conciencia que "Todos

somos Seguridad" y "de nosotros depende el cumplimiento de nuestros compromisos con nuestros clientes".

"El segmento de microfinanzas es muy distinto a otros rubros económicos por sus propias complejidades y porque es difícil sensibilizar a nuestros clientes externos e internos. Precisamente los indicadores de concientización en este rubro microfinanciero no exceden del 75% para el ejercicio 2016 y pocas empresas de este tipo han alcanzado un nivel de madurez expectante, logrando incluso un 90%", precisa el especialista.

## Prioridad en el sector Rural

En el Perú, el establecimiento de las CRAC se produjo en 1993. Estas instituciones financieras no bancarias reguladas ofrecen limitadas exigencias de capital mínimo y accionistas privados; y se orientan a proveer servicios financieros a los seg-

**"VALORIZAMOS EL ESFUERZO DE NUESTROS COLABORADORES EN CONSEGUIR NUEVOS CLIENTES, ASÍ COMO EL COSTO QUE REPRESENTA INTEGRARLOS Y MANTENERLOS EN EL TIEMPO"**

mentos de la población no atendidos por la banca comercial, priorizando al sector rural.

Las CRAC atienden a una numerosa clientela de sectores de ingresos medios y bajos en las zonas urbanas y rurales, ofreciéndoles una significativa variedad de productos financieros, que son distribuidos a través de una amplia red de agencias. Las ofertas comerciales de las CRAC incluyen diferentes tipos de préstamos y depósitos de ahorro y a plazo. A través de los primeros, la entidad canaliza sus fondos disponibles, tanto en moneda nacional como en dólares.



"El fraude bancario también se realiza con fuerza en el país y es necesario enfrentarlo convenientemente"

Con conocimiento del presente y visión de futuro, Giovanna Cortez, gerente de Territorio de Microsoft para Perú, Bolivia, Ecuador y Paraguay, sostiene que es necesario que las empresas, el sector público y los ciudadanos se preparen para adaptarse a los nuevos tiempos.



**E**l término “revolución” está asociado a cambios rápidos y profundos, no necesariamente pacíficos, en la sociedad. Aunque de primer momento esta palabra genere incertidumbre es muy probable que la cuarta revolución industrial promueva muchos beneficios en la humanidad.

La cuarta revolución industrial -denominación establecida en el último Foro Económico Mundial- llegó al mundo casi sin darnos cuenta. Esta nueva era se caracteriza por la transición hacia nuevos sistemas que están construidos sobre la infraestructura de la revolución digital (tercera revolución industrial).

“En la cuarta revolución industrial se está transformando la forma cómo interactuamos, cómo nos comunicamos y cómo vivimos los seres humanos. En esta era el principal catalizador es la nube en un ambiente móvil porque la gente necesita desplazarse”, afirmó Giovanna Cortez Lewis, gerente de Territorio de Microsoft para Perú, Bolivia, Ecuador y Paraguay.

Señaló que la propuesta de Microsoft en

“Es indispensable que el Estado cuente con una base digital común y tenga liderazgo”

# Estamos en la cuarta revolución industrial

materia de transformación digital se basa en cuatro pilares, los cuales los CIO deben tenerlos en mente: Conocer a mis clientes, empoderar a los empleados, optimizar las operaciones, y transformar los productos y servicios de las empresas.

## En el sector público

Sobre el desarrollo de las Tecnologías de la Información (TI) en el Estado -y por extensión de la cuarta revolución industrial- Giovanna Cortez recordó que en la reciente CADE se presentaron nueve ministros de Gobierno, quienes, en su mayoría, trataron el tema de la transformación digital. “Los funcionarios tienen claro que en el país se deben ofrecer mejores servicios a los ciudadanos y que las entidades públicas cuenten con interoperabilidad entre ellas. Es indispensable que el Estado gestione una base digital común y tenga liderazgo”, aseguró.

Asimismo, indicó que existen iniciativas en las diferentes entidades públicas, pero falta todavía “una estrategia clara de políticas de Estado que establezcan normas para poder comunicarse mejor, además, hay que considerar el impacto de los cambios en los nuevos tipos de trabajo”.

Sobre lo último, Cortez puntualizó que las

empresas de tecnología, al igual que las firmas de otras industrias y los Gobiernos, son en parte responsables de los cambios en la mano de obra laboral y en su ámbito que se generarán como consecuencia de la cuarta revolución industrial.

“EN LA CUARTA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL SE ESTÁ TRANSFORMANDO LA FORMA CÓMO INTERACTUAMOS, CÓMO NOS COMUNICAMOS Y CÓMO VIVIMOS LOS SERES HUMANOS”

“En ese contexto, como compañía fabricante y líderes en la industria tenemos la responsabilidad de advertir a los Gobiernos que se debe preparar a la gente que perderá su empleo para que adquiera nuevas capacidades que se necesitarán cuando las empresas lleguen a transformarse”, anotó tras señalar que Microsoft está evan-

gelizando en el sector público este mensaje.

## Experiencia de nube

Sobre la nube y los óptimos beneficios que provee, la gerente de Microsoft destacó la iniciativa “Elige tu Local de Votación”, que la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE) puso en marcha para las últimas elecciones generales, el cual se constituyó en un caso de éxito del empleo de la tecnología para atender las necesidades de los ciudadanos.

Microsoft, a través de la tecnología Microsoft Azure, permitió el desarrollo de este aplicativo que permitió que más de siete millones de ciudadanos puedan elegir su lugar de votación. Para el efecto, se requería de tecnología avanzada que permitiera soportar la recopilación de una gran cantidad de datos de manera sencilla y segura, procesarlos en corto tiempo y garantizar la debida protección de los datos personales.

En el marco del Internet de las Cosas, la compañía tiene otras herramientas de productividad (Power BI) y de analítica (Machine Learning). “Finalmente, ese es el universo que tenemos para dar un mejor servicio, mejor ganancia, más productividad y una óptima satisfacción para los clientes”, manifestó la ejecutiva.

## La Entrevistada



Giovanna Cortez tiene el reto de impulsar la transformación digital en Perú, Bolivia, Ecuador y Paraguay a través de la redefinición de la productividad y los procesos de negocio, la apuesta por la nube y el desarrollo de mejores experiencias personales de los usuarios con la computación.

Antes, la ejecutiva fue directora comercial de Microsoft Perú durante casi tres años. Previamente, fue gerente de Ventas Regional de Hewlett-Packard.

Cortez es ingeniera industrial de la Pontificia Universidad Católica del Perú y MBA por la Universidad del Pacífico.

# Transformación Digital y Design Thinking

Antes de transformar a las empresas digitalmente, es necesario desarrollar la innovación centrada en las personas, identificando primero los retos, detectar necesidades y, finalmente, solucionarlas. Elizabeth Ururi, Ingeniero de Sistemas con un MBA en la UPC, nos ofrece mayores alcances al respecto.



La Transformación Digital no consiste en la implementación de tecnologías de última generación, dado que la tecnología es sólo un habilitador que nos permite “innovar” en productos, servicios, procesos internos y modelos de negocios. Sin embargo, muchos líderes en las organizaciones consideran a lo digital y la tecnología como una “herramienta más”, viéndolo desde esa perspectiva será fácil dejarse llevar por la creatividad y perder el foco del problema, que muchas veces todavía no ha sido definido adecuadamente, es decir, están pensando en el corto plazo, en la solución rápida, producto del “entusiasmo”, el cual no es injustificado dado que estas tecnologías representan avances extraordinarios, pero el entusiasmo no es excusa para “la ingenuidad”.

La Transformación Digital exige una innovación centrada en las personas, en las empre-

sas, significa alinear el “ecosistema digital” formado por diferentes tecnologías crecientes hacia el logro de los objetivos e intereses de la organización misma, dado que nos brinda la oportunidad de hacer las cosas de una forma más eficiente, diferente, y traducirla en una “verdadera solución”.

Cuando se refiere a “verdadera solución” no implica “solucionar problemas” o promover “soluciones tecnológicas”, dado que el abanico de posibilidades tecnológicas nos permite ser visionarios de nuevas oportunidades en el ámbito de acción que necesitemos aplicar.

Según Jorge Becerra, Senior Partner and Managing Director en The Boston Consulting Group, en el informe del “Foro Económico Mundial sobre América Latina 2017”, indica: “Las organizaciones saben que, si quieren seguir estando al día, deben adoptar la tecnología digital. Pero la forma en que implementan esta transformación hace la gran diferencia a

la hora de lograr o no sus objetivos... Un enfoque centrado en las personas puede proporcionar la mejor oportunidad para aprovechar al máximo la próxima revolución digital... La experiencia del cliente debe tenerse en cuenta durante toda la transformación digital, e integrarse en el desarrollo tanto de los productos como de los servicios”.

Añade también la importancia del factor humano: “Evaluar la experiencia del trabajador independiente, evaluar el potencial para desarrollar talentos internos, formar equipos multidisciplinarios, desarrollar redes de colaboración entre empresas, crear nuevos sistemas de evaluación o redefinir los papeles de liderazgo”.

## Innovación y design thinking

En este contexto, el Design Thinking permite ayudar a mejorar las posibilidades de éxito de las iniciativas, dado que es un excelente generador de innovación aplicable a cualquier campo de acción, sea definiendo o redefiniendo

do productos, servicios, modelos de negocio, mejora de procesos e inclusive en varios subprocesos de la gestión de proyectos, en cualquier ámbito o área de influencia.

No confundir “creatividad” con “innovación”, pues son conceptos diferentes. El primero permite pensar en ideas nuevas, mientras que el segundo, es un proceso que permite la aplicación viable de las ideas orientadas a resultados, y es aquí que Design Thinking hace la diferencia, dado que reconoce las verdaderas necesidades no satisfechas a través del “proceso de innovación” porque se centra en las necesidades reales de las personas y organizaciones (deseable), los analiza y resuelve colectivamente integrando enfoques de diferentes disciplinas a través de equipos multifuncionales y, a su vez, cuida de hacer coincidir lo que es **tecnológicamente factible con lo económicamente rentable, permitiendo que sea organizacionalmente viable**.

- Generar la mayor cantidad de ideas a través de brainstorming para formar las “ideas del equipo”, es decir, conectarlas.
- Experimentar o prototipar a través de maquetas, imágenes, storyboard, sketch, etc., con el objetivo de poner a prueba las ideas de forma tangible con los usuarios hasta encontrar la solución.

Toda esta serie de fases nos permite resolver problemas reduciendo riesgos y aumentando las posibilidades de éxito, permitiendo así la convergencia de los negocios con la tecnología, y no sólo las nuevas, también las actuales.

Se espera que la aplicación combinada de estas tecnologías disruptivas (IOT, big data, cloud, social business, sensores de bajo costo, computación cognitiva, movilidad, realidad aumentada, impresión 3D, entre otros), asociada a la necesidad que tienen los clientes de

haciendo entender que la transformación digital es mucho más que la incorporación de nuevas tecnologías en los procesos de negocio internos o de contacto con nuestros clientes y proveedores, implica que sea organizacionalmente viable.

No se trata sólo de adquirir nueva tecnología, debemos tener claro cuál es el objetivo, si se están aprovechando las tecnologías que ya se tienen para lograrlas, o se están subutilizando, primero debemos entender cuál es el problema y allí nos ayuda Design Thinking. De lo contrario, seguiremos adquiriendo tecnología por soluciones de corto plazo y teniendo proyectos aislados en las organizaciones.

En ese sentido, las personas de tecnología también deben de cambiar. Aún vemos la disociación de las áreas de tecnología con el negocio, brindándole mayor tiempo al soporte, cuando su principal orientación debería de ser el volverse socios con las áreas funcionales para efectuar cambios en sus procesos internos, actualizarse constantemente en nuevas tecnologías y liderar en conjunto la innovación tecnológica alineada con los objetivos de la organización.

Por ello, las empresas perciben a las áreas de TI como un proveedor de soporte, sin embargo, la tecnología apunta desde hace años al self service, a que el usuario se provea de soluciones, a la implementación de estándares de gestión de servicios y la gestión del conocimiento.

En Perú, las startup y la banca está mostrando los primeros proyectos donde innovación centrada en las personas y tecnología convergen amigablemente. Por ejemplo, Arturito del BCP y la reciente implementación de la Banca Exclusiva Digital, así como el desarrollo de las FinTech.

De acuerdo a IDC, la principal firma de inteligencia del mercado de Tecnologías de la Información y Telecomunicaciones, sobre el crecimiento de la economía de la Transformación Digital en el 2020, el 40 % de las 3000 principales empresas latinoamericanas verán que la mayoría de sus negocios dependen de su capacidad para crear productos, servicios y experiencias mejoradas digitalmente.

“NO SE TRATA SÓLO DE ADQUIRIR NUEVA TECNOLOGÍA, DEBEMOS TENER CLARO CUÁL ES EL OBJETIVO, SI SE ESTÁN APROVECHANDO LAS TECNOLOGÍAS QUE YA SE TIENEN PARA LOGRARLAS, O SE ESTÁN SUBUTILIZANDO”

Esta sinergia de metodología aunada a los avances tecnológicos nos permite evaluar las diferentes posibilidades de solución y, para ello, debemos de seguir los pasos que sugiere:

- Empatizar y observar para descubrir. No olvidar que la fuente de información son las personas, por ello, hay que conocerlas, entender sus problemas, sus necesidades, sus procesos, qué es importante para ellos y sus deseos, en relación al tema concreto que está en evaluación.
- Interpretar las necesidades, los insight y contradicciones para el efecto de lo que se desea solucionar para definir adecuadamente las oportunidades.

buscar “experiencias”, generen modelos industriales de bajo costo y, a su vez, permitir la personalización de los productos o servicios. Todo esto dirigido por datos, lo que se llama la cuarta revolución industrial.

Transformarse digitalmente no necesariamente debe implicar grandes inversiones, depende del objetivo, de la hoja de ruta y de la adecuada asociación que se lidere en cuanto a innovación, tecnología y procesos internos. Es así que en un mundo globalizado como este, con un escenario digital donde diferentes tecnologías están apareciendo y desarrollándose sólidamente, es imprescindible que las organizaciones desarrollen una actitud innovadora e incorporarlo en el ADN de sus colaboradores, es decir, gestionar el cambio, pero a su vez



La vida familiar y laboral de Carlos Valdizán tienen aspectos en común: crecimiento sano, buen desarrollo y aprendizaje continuo. El desafío es brindar la mejor calidad de tiempo que garantice a los suyos y a su centro de trabajo una satisfacción plena.

Lecturas de temas del momento, jugar fútbol y practicar la natación son algunos de los pasatiempos favoritos de Carlos Valdizán Flores, quien también disfruta de divertirse con Carlos y Cayetana, sus dos menores hijos, llevándolos al Club y jugando con ellos.

En los días de semana, por las mañanas, Carlos lleva al colegio a sus hijos y en la noche cena junto a sus hijos y su esposa Flor. También hay un momento para revisar las tareas realizadas de los niños.

Asimismo, en otros momentos, aprovecha su tiempo libre para asistir a reuniones con amigos del colegio o del trabajo y, los fines de semana, comparte un tiempo con sus padres.

“La familia es un don y es la organización más general que existe. Además, es la que más satisfacciones e importancia tiene en mi vida”, sostiene Valdizán, tras afirmar que su anhelo personal es “crecer como familia y que mis hijos terminen sus estudios y conozcan más países para que conozcan sus culturas”.

En el ámbito laboral, el gerente comercial de Hundred tiene el propósito de promover el crecimiento de esta compañía y ser un actor relevante en los negocios reales.

#### ENFOQUE LABORAL

Carlos Valdizán descubrió su vocación en el colegio Santa María Marianistas cuando participó en test vocacionales y también en los cursos de carrera en la Universidad de San Martín de Porres (USMP). Por eso, eligió la especialidad de Ingeniería de Computación y Sistemas por ser una profesión apasionante, futurista e interesante. “Cuando leí los syllabus me gusto”, confiesa.

Posteriormente, siguió una Maestría en Administración de Empresas en la Escuela Europea de Negocio (EEN) en Madrid (España). Valdizán Flores realizó sus prácticas preprofesionales en GMD como analista programador de PowerBuilder, luego -en esta empresa- fue jefe de Proyecto. Su trayectoria profesional lo llevó a integrar puestos ejecutivos en Telefónica del Perú, TIM, América Móvil, Interbank, Entel y MDP.

Todas sus experiencias laborales han sido enriquecedoras y le permitieron dar lo mejor de sí. En la actualidad, Carlos y sus compañeros de trabajo están enfocados en lo que los negocios contemporáneos requieren: transformar los entornos para vivir mejor, adelantándose a los cambios y tener respuestas rápidas; desarrollar nuevos hábitos y maneras de relacionarse con el mundo; simplificando la vida. Esta propuesta es para todas las empresas que quieren ser grandes, sin importar su tamaño.

## Somos multitask

Carmen Noel Mongrut pone amor y pasión a su labor profesional, y también a su tarea inacabable de madre de tres hijos. Ella sostiene que la venta es un factor humano y, por ende, se adquiere cuando representa una solución, cuando da valor.

Perseverante, comprometida y responsable. Así se define Carmen Noel, gerente comercial de Think Networks Perú, profesional con más de 15 años de experiencia en venta de intangibles, marketing y gestión comercial para clientes corporativos en empresas transnacionales de primer nivel. “Valoro mucho formar parte de un equipo que respete la integridad, la transparencia y el compromiso”, afirma.

Para esta ejecutiva, ser mujer de éxito en la vida laboral y personal se constituye en un gran desafío. “La vida me puso vallas muy altas tanto en lo profesional como en lo personal, pero la necesidad y el compromiso siempre está con mi familia y con mis clientes. Tengo la felicidad de ver logros en ambos sentidos, por ende, sigo asumiendo retos y me comprometo más con lo que hago”, revela esta madre (y padre) de Tamara, Ian y Fausto Joaquín, de 18, 14 y 9 años de edad, respectivamente.

“Las Tecnologías de la Información (TI) cambiarán el modo de ver las cosas, y repercutirá en nuestras vidas y en el desarrollo de la humanidad. Sean parte de este gran cambio”, es el mensaje de Carmen a las jóvenes que han decidido seguir esta especialidad. “Tengan pasión por lo que hacen, no tengan miedo a soñar”, agrega.

#### ESENCIA DE MUJER

Carmen Noel tiene claro qué es ser mujer y cómo son -ella y sus congéneres- en el campo social: “En esencia, somos multitask, convergentes, administradoras natas por excelencia y me atrevería a decir que con un puerto resiliente y otro de cambio constante. Siempre queremos más.”

Prueba de los avances -enfatisa- que se están generando en la sociedad mundial para que la mujer tenga un espacio idóneo de desarrollo, al igual que las tecnologías, es que las grandes compañías transnacionales tienen un presupuesto grande asignado para las TI y estas áreas les reportan directamente a las respectivas gerencias.

Asimismo, manifiesta que varias empresas multinacionales tienen acuerdos firmados con las Naciones Unidas en donde se comprometen a incluir a las mujeres en mandos gerenciales. “En mucho tiempo, con esfuerzo y resultados, nos ganamos un sitio destacado en las empresas, que reconocen nuestro valor como mujeres en ser parte importante para cumplir sus visiones de negocio”, afirma.

El compromiso de esta mujer entusiasta, junto a la tecnología, es ser referente en el mercado y seguir dando valor a sus clientes. Esa es su pasión, en la que está abocada 24x7, porque “las mujeres no somos una cara bonita, somos una propuesta de valor”.

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