

# Perspectiva



PERSPECTIVA ECONÓMICA

## Perspectivas favorables en entornos inciertos para 2022

SECCIÓN ESPECIAL DE **IESE** insight

# erspectiva

Es una publicación mensual del IDE Business School, Universidad Hemisferios. Las opiniones vertidas son exclusiva responsabilidad de sus autores y no representan necesariamente la posición del IDE.

Los contenidos de la revista, así como los de la web asociada, no pueden ser reproducidos, total o parcialmente, ni transmitidos o registrados, por ningún sistema de recuperación de información, en ninguna forma ni por ningún medio, sin el permiso previo y escrito del IDE Business School.

Para más información:

Sitio web: [perspectiva.ide.edu.ec](http://perspectiva.ide.edu.ec)

E-mail: [perspectiva@ide.edu.ec](mailto:perspectiva@ide.edu.ec)

EDITORIA GENERAL

Patricia León G.

CONSEJO EDITORIAL

Daniel Susaeta V.

Wilson A. Jácome

Jorge Monckeberg B.

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Julén Jensen Z.

Kilómetro 13 vía a la costa  
Teléfono: (593-4) 371 25 60  
Guayaquil, Ecuador  
Nicolás López 518 y Marco Aguirre  
Teléfono: (593-2) 382 79 99  
Quito, Ecuador  
[www.ide.edu.ec](http://www.ide.edu.ec)

 **IDE**  
BUSINESS SCHOOL  
UNIVERSIDAD HEMISFERIOS

# MiM

MASTER *in* MANAGEMENT

RPC-SO-23-No.507-2020

*¿Quieres proyectar  
aceleradamente tu carrera  
profesional hacia el futuro?*



 **IDE**  
BUSINESS SCHOOL  
UNIVERSIDAD HEMISFERIOS

## INICIO



Abril 2022

## MODALIDAD



Semipresencial

## DURACIÓN



12 meses

Guayaquil  
(593-4) 371 25 60  
(593) 97 870 4703   
mimg@ide.edu.ec

Quito  
(593-2) 382 79 98  
(593) 96 851 9549   
mimq@ide.edu.ec

      
www.ide.edu.ec



6

**SERVICIO AL CLIENTE****Excelencia en el servicio al cliente: cinco errores a evitar**

Crear una cultura de servicio de excelencia no es tarea fácil. A menudo, los líderes empresariales cometen errores cuando buscan implementar un cambio de esta magnitud en toda la organización. Para desarrollar una cultura que demuestre un verdadero liderazgo en servicio, el autor de este artículo nos muestra cinco errores comunes que deberían evitarse.

8

**PERSPECTIVA ECONÓMICA****Perspectivas favorables en entornos inciertos para 2022**

Según el Banco Central del Ecuador, el cierre de 2021 fue mejor de lo esperado debido al comportamiento de crédito, al exitoso plan de vacunación, las exportaciones petroleras y remesas. Ante una nueva ola de contagios sacudiendo al mundo, cierre de las economías y nuevas cepas, Ecuador tiene el desafío de cerrar 2022 con un desempeño mejor de lo esperado.

12

**PROFUNDIZANDO EN LOS NEGOCIOS CON IESE INSIGHT****Apuesta por la producción flexible: aprenderás y saldrás ganando**

Existe una pregunta operativa esencial: ¿los beneficios de una fabricación flexible superan los costes? Para entornos de grandes cambios o con márgenes de beneficio moderados o bajos, la respuesta es sí. La razón es que la producción flexible permite aprender de los datos, detectar tendencias comerciales y mejorar los resultados de la empresa.

14

**ÚLTIMA MIRADA****Desafíos y oportunidades en la atención social de las redes**

Antes del auge de las redes sociales, las organizaciones tenían un control casi total sobre su mensaje y cómo se presentaba a sus audiencias. Con las redes sociales, la estructura de poder y la dinámica de la comunicación ha cambiado drásticamente. Dentro de las relaciones públicas ha surgido el área de atención social o servicio social al cliente, que proporciona información sobre tendencias y problemas que pueden surgir utilizando las redes sociales como canal.



# Excelencia en el servicio al cliente: cinco errores a evitar

Por Mauricio Sáenz Álvarez

Consultor en Servicio al Cliente y Gerente general de CR Conecta

Crear una cultura de servicio de excelencia no es tarea fácil. A menudo, los líderes empresariales cometen errores cuando buscan implementar un cambio de esta magnitud en toda la organización.

Para desarrollar una cultura que demuestre un verdadero liderazgo en servicio, le invito a evitar caer en estos cinco errores comunes:

## PRIMER ERROR: LA PRIMERA LÍNEA NO CUENTA CON APOYO ADECUADO

Para mejorar el nivel del servicio al cliente, la alta dirección de las empresas decide capacitar a los empleados de la primera línea. Esta decisión parece correcta, ya que el equipo de servicio al cliente y los representantes del *call center* son las primeras personas a las que el cliente contacta. Pero si la primera línea de atención no cuenta con el apoyo de jefaturas y gerencias

y, sobre todo, de las otras áreas de la empresa, su trabajo será infructuoso.

Toda la empresa debe hablar el mismo idioma de servicio y tener un enfoque común hacia el cliente. Fomente el servicio en toda la organización.

## SEGUNDO ERROR: PENSAR QUE LA CAPACITACIÓN POR SI SOLA SERÁ LA SOLUCIÓN AL PROBLEMA

Tanto la formación como la educación son vitales para la creación de una cultura de excelencia en el servicio. Sus colaboradores, más allá de las funciones que desempeñan y del área en que trabajan, deben compartir los mismos altos objetivos de servicio. Pero formación y educación por si solas no son suficientes: existen otros componentes que contribuyen a crear una cultura de excelencia.

- ¿Contrata a las personas adecuadas? ¿Cuál es la orientación del nuevo personal?
- ¿Su comunicación interna y externa es consistente y coherente con el enfoque al cliente?
- ¿Solo los vendedores reciben reconocimientos? Quienes dan un servicio de excelencia al cliente interno y externo ¿reciben reconocimientos?
- ¿Mide los costos? ¿Mide la calidad de su servicio al cliente?

Tenga presente: **toda** su organización debe apoyar y ser parte del cambio para dar un servicio de excelencia. El problema no se resuelve solo capacitando a la primera línea.

### TERCER ERROR: TRABAJAR EN SILOS, CADA ÁREA TIENE SUS PRIORIDADES PARTICULARES

Todos en la empresa buscan los mismos resultados. Un servicio de excelencia genera *fans* (clientes encantados), aumenta el *market share*, los ingresos y la rentabilidad, mejora la reputación de la empresa y atrae y retiene al mejor personal.

Si cada área trabaja de manera independiente y se enfoca en sus objetivos particulares, se rompen los esfuerzos por construir una cultura de servicio.

Es responsabilidad de los líderes unir a la organización para lograr una visión de servicio de excelencia y dar pautas claras de cómo cada área aporta para hacer realidad esa visión.

### CUARTO ERROR: “SIEMPRE LOS HEMOS HECHO ASÍ”

Si la justificación a su nivel de servicio actual es que “siempre lo hemos hecho así”, está dejando de lado nuevas maneras de construir una cultura de servicio más eficiente. Considere que esta manera de pensar puede estar limitando la creatividad de su equipo. Hacer siempre lo mismo generará los mismos resultados.

¿Sus procesos actuales crean valor y apoyan en la construcción de una cultura de servicio de excelencia? ¿Qué tanto facilitan la experiencia al cliente? ¿O solo facilitan las actividades de la empresa?

### QUINTO ERROR: LOS ALTOS MANDOS NO ESTÁN DISPUESTOS A APRENDER

En la mayoría de los casos, los líderes de la empresa han llegado al más alto nivel por ser muy buenos en aspectos particulares del negocio como comercial, técnico, financiero, estratégico etc. Muy pocas personas en estos cargos cuentan con una carta de presentación de un servicio de excelencia como una fortaleza sobresaliente.

Ante esto, es necesario contar con una actitud optimista y abierta a buscar guía y apoyo para que la estrategia de servicio de excelencia sea exitosa. Esta actitud sincera del líder permitirá alinear la experiencia de otros miembros del equipo en otras funciones de la organización, demostrando a todos en la empresa que los altos mandos apoyan el aprendizaje en todos los niveles de la compañía.

#### REFERENCIA

Basado en el libro “Servicio Inspirador” de Ron Kaufman

### EL AUTOR

**Mauricio Sáenz Álvarez** tiene el grado de EMBA por el IDE Business School y es analista de sistemas por la Escuela Politécnica del Ejército ESPE. Posee amplia experiencia al haber trabajado más de 25 años en multinacionales como Xerox del Ecuador y Telefónica Movistar. Se ha especializado en el área de Servicio al Cliente. Actualmente es consultor en Servicio al Cliente, y socio principal y gerente general de CR Conecta, distribuidor de Telefónica Movistar en Costa Rica.



# Perspectivas favorables en entornos inciertos para 2022

**Por Andrea Villarreal**

Profesora de Entorno Económico del IDE Business School

Es difícil resumir en pocas líneas el año 2021 y el enorme cambio que trajo a la economía ecuatoriana. Posiblemente fue un año con los más grandes desafíos e incertidumbres, pero también muchos aciertos en materia económica y social que hoy permiten que el 2022 inicie con expectativas a favor, pese a que la pandemia siga.

Según el Banco Central del Ecuador (BCE), el cierre de 2021 fue mejor de lo esperado debido al comportamiento de crédito, al exitoso plan de vacunación, las exportaciones petroleras y remesas. Pero ¿qué fue lo más destacable en materia económica en 2021? La forma en la cual Ecuador contuvo la pandemia mediante el masivo plan de vacunación, lo cual permitió que las

actividades retomen su cauce.

Sin duda, no podemos esperar resultados distintos haciendo siempre lo mismo. En un país donde por mucho tiempo se enviaron las señales equivocadas al mundo, se ahuyentó la inversión, se amenazó con no pagar las deudas y, de hecho, se las incumplió. Hoy se ofrece un panorama diferente, encaminado a recuperar la credibilidad nacional e internacional, así como generar un marco que abra la puerta a transformaciones en materia social, económica y financiera.

Pese a que las acciones marcan un rumbo distinto, las expectativas para este año todavía lucen complejas. Ante una nueva ola de contagios sacudiendo al mundo, cierre de las economías y nuevas cepas, Ecuador tiene

el desafío de, al igual que el año que terminó, cerrar 2022 con un desempeño mejor de lo esperado. Para este año, el BCE estima un crecimiento del 2,5%. Cabe indicar que los organismos multilaterales son más optimistas sobre el desempeño de la economía este año. El Banco Mundial estima que el PIB de Ecuador alcance 3,4% y el Fondo Monetario Internacional 3,5% en 2022.

Hay cinco factores que podrían potenciar el crecimiento económico de Ecuador este año: la evolución del crédito, precio del petróleo, acceso a financiamiento, atracción de inversiones y la implementación de políticas que permitan superar las secuelas de la pandemia.

(1912 millones adicionales), de acuerdo con las cifras reportadas por el BCE. El consecutivo crecimiento de la colocación de nuevos créditos durante el 2021 es una buena noticia para todos los ecuatorianos y para la economía en su conjunto.

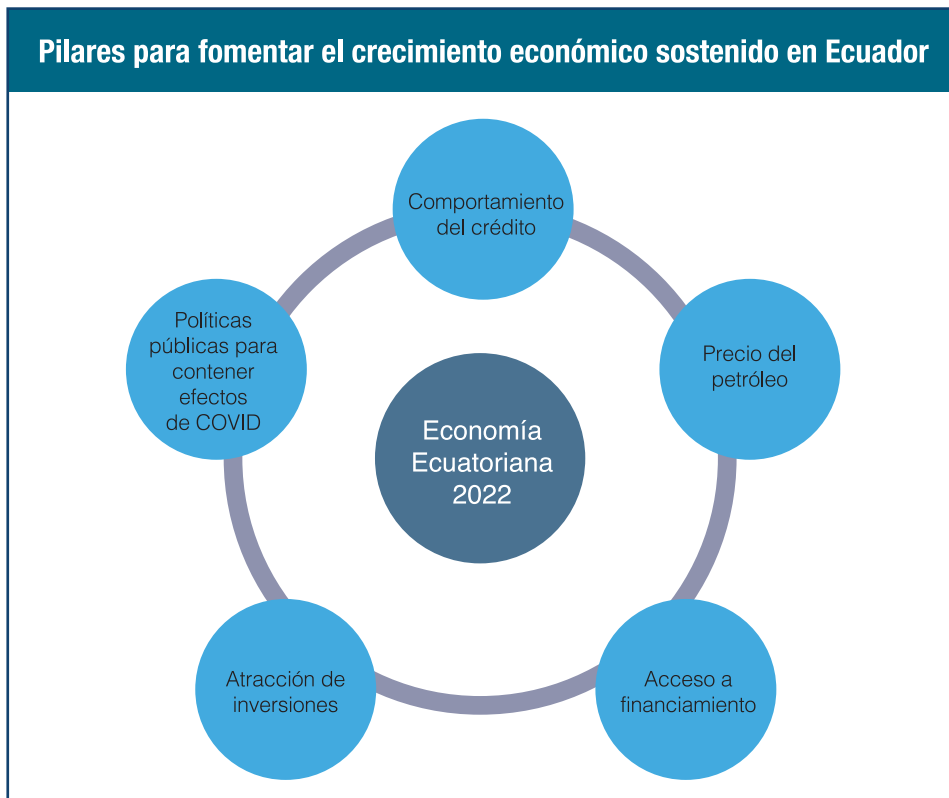
Estas cifras evidencian el apoyo del sector bancario al país en el proceso de recuperación. Colocar nuevos créditos ha permitido mantener y ampliar negocios, generar más empleo y dinamizar la productividad. Además, siete de cada diez dólares de nuevos créditos entregados entre enero y noviembre de 2021 se destinaron a los sectores productivos (microcrédito, crédito para la vivienda y crédito productivo).

### PRECIO DEL PETRÓLEO

Los precios de petróleo mantienen una expectativa al alza debido a acuerdos de la Organización de Países Exportadores de Petróleo y sus aliados. A inicios de enero, la organización anunció que continuaría aumentando la producción de crudo. Otros factores que influyen son la disminución de las reservas de crudo en los inventarios de Estados Unidos, así como el incremento en la demanda por época invernal y reactivación económica. Analistas apuntan que el precio por barril de crudo podría llegar a superar los USD 100 en 2022. A inicios de enero, el barril de

petróleo West Texas Intermediate, el de referencia para Ecuador, cotizó en USD 77,8 por barril. Para el país esto es favorable ya que significan mayores ingresos para el Presupuesto General del Estado.

Pese a estas perspectivas al alza, el país tiene el reto de superar los problemas que paralizaron los oleoductos. El 8 de diciembre pasado se suspendió el transporte de petróleo debido al riesgo de derrumbes y socavones en la zona. El 30 de diciembre el Sistema de Oleoducto Transecuatoriano de Petroecuador retomó el transporte de petróleo. Asimismo, OCP restauró las



### COMPORTAMIENTO DEL CRÉDITO

La dinamización del crédito en 2021, que se aceleró cuando las actividades económicas pudieron reabrir, es una de las principales razones para el mejor desempeño económico alcanzado en 2021. En este contexto, más de 6,35 millones de nuevas operaciones de crédito fueron desembolsadas por la banca privada entre enero y noviembre de 2021, esto es, un 14% más que en igual período de 2020 (765 816 operaciones adicionales).

En este periodo, la banca colocó 23 017 millones de dólares en nuevos créditos, lo que representa un incremento de 9% frente a igual período de 2020

operaciones el 31 de diciembre de 2021 y el ITT lo hizo a inicios de enero.

### ACCESO A FINANCIAMIENTO

La posibilidad de volver a los mercados internacionales con emisión de bonos significa para el país la opción de tener fuentes adicionales de recursos para el financiamiento de obras y proyectos. La última vez que Ecuador emitió bonos soberanos fue en septiembre de 2019, durante el gobierno del expresidente Lenin Moreno. La aprobación de la reforma tributaria, cumplir el acuerdo con el FMI y las acciones tomadas en materia de reformas plantean un escenario favorable para retornar a los mercados.

A esto se suma el financiamiento de organismos internacionales que llegaría al país en el primer trimestre del año. Se espera la aprobación de desembolsos por alrededor de 1400 millones de dólares desde el FMI, Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo y Banco de Desarrollo de América Latina.

### INVERSIÓN

El BCE espera que la inversión aumente 4,9% en 2022, impulsado por una mayor inyección de capitales en los sectores petrolero y minero. Para lograrlo se plantean varios mecanismos que fortalezcan la inversión que, al segundo trimestre de 2021, alcanzó en apenas el 1,1% del PIB.

En esta línea, se espera que el Gobierno envíe un proyecto para atraer inversiones, el cual pretende reformar la Ley de Alianzas Público-Privadas, mejorar el marco normativo para las zonas francas y dinamizar el mercado de valores. Otra estrategia para atraer inversiones es el impuesto a la salida de divisas en 2022, pasando del 5% al 4%.

Otra meta es alcanzar mayor apertura a la inversión privada en el sector petrolero, para lo cual se prevé

delegar áreas de Petroecuador mediante contratos de participación, donde la empresa privada tomaría las inversiones a cambio de obtener un porcentaje de la producción petrolera.

A esto se suma el objetivo de concretar acuerdos comerciales. Son alrededor de 10 tratados con mercados considerados estratégicos los que se buscarían alcanzar. El objetivo más cercano es concretar en el primer trimestre un acuerdo con México para formar parte de la Alianza del Pacífico en 2022.

### POLÍTICAS PÚBLICAS PARA CONTENER EFECTOS DE LA PANDEMIA

Los retos que tiene la economía para alcanzar un crecimiento sostenible son enormes. El desempleo a noviembre de 2021 alcanzó el 4,4% de la población económicamente activa, mientras que el subempleo se ubicó en 24,5% y el empleo adecuado subió a 33,7%. A estos retos se suma la necesidad de poner las finanzas públicas en orden y cerrar paulatinamente el déficit fiscal, para lo cual el país se encuentra bajo un programa con el FMI y ha enrumado acciones para hacerlo. Políticas en materia de calidad del gasto público, promoción del empleo y lucha contra la corrupción son imperativas para alcanzar una recuperación plena y maximizar los recursos destinados a la recuperación. Además, es necesario el impulso de programas para combatir la inseguridad y la violencia profundizada tras la crisis.

2021 fue el año en el cual el mundo cambió el rumbo en contra de la pandemia. Ahora 2022 estará dominado por la necesidad de ajustarnos a nuevas realidades, reformuladas por la crisis en áreas económicas, financieras y sociales. El año que concluye fue de adaptación a las secuelas post-COVID, aprendimos a retomar nuestras actividades con restricciones y bajo una nueva normalidad. El 2022 pinta ahora como el año en el cual podemos retomar la senda de la recuperación económica.



#### LA AUTORA

**Andrea Villarreal Ojeda** es máster en Administración Pública en Economía y Políticas Públicas por The London School of Economics and Political Science (LSE), máster en Finanzas y Gestión de Riesgos por la Universidad Andina Simón Bolívar (UASB), especialista superior en Finanzas (UASB) y economista por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Actualmente es directora del Departamento Económico en la Asociación de Bancos Privados del Ecuador (ASOBANCA) y profesora del área de Entorno Económico del IDE Business School.



BUSINESS SCHOOL  
UNIVERSIDAD HEMISFERIOS

**PADE** PROGRAMA AVANZADO EN DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**JUNIO**

**PDD** PROGRAMA DE DESARROLLO DIRECTIVO

**MAYO**

**PPE** PROGRAMA PARA PROPIETARIOS DE EMPRESAS

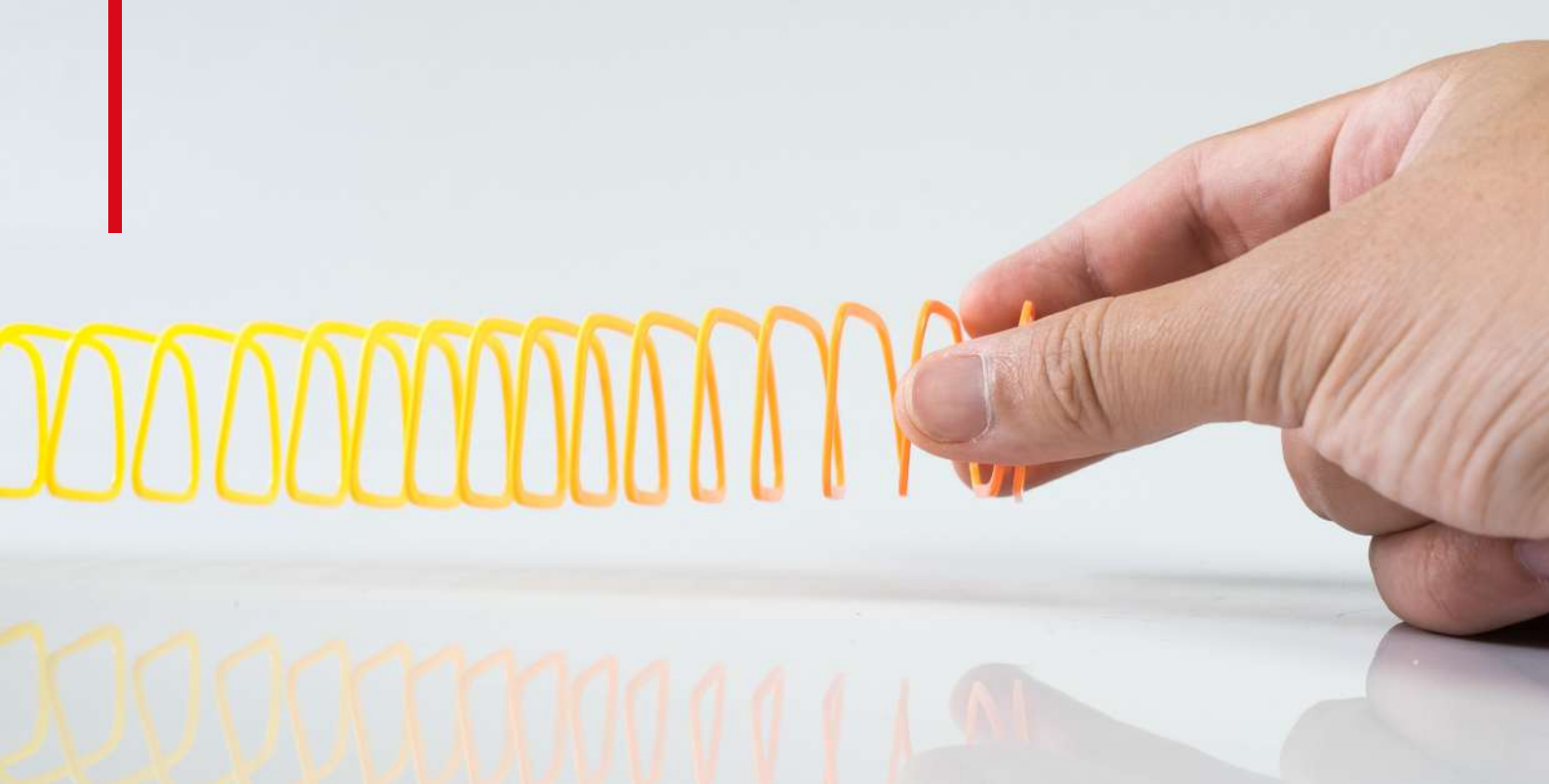
**MAYO**

Executive  
Education  
2022



GUAYAQUIL: (593-4) 371 25 60 | [exedg@ide.edu.ec](mailto:exedg@ide.edu.ec)  
QUITO: (593-2) 382 79 98 | [exedq@ide.edu.ec](mailto:exedq@ide.edu.ec)

[in](#) [t](#) [v](#) [f](#) [i](#)  
[www.ide.edu.ec](http://www.ide.edu.ec)



## SERVICIOS Y OPERACIONES

# Apuesta por la producción flexible: aprenderás y saldrás ganando

Basado en el artículo *“On the learning benefit of resource flexibility”*

**E**xiste una pregunta operativa esencial: ¿los beneficios de una fabricación flexible superan los costes? Esta vez no nos limitaremos a responder que depende; para entornos de grandes cambios o con márgenes de beneficio moderados o bajos, la respuesta es sí.

La razón es que la producción flexible permite aprender de los datos y, de ese modo, detectar tendencias comerciales y mejorar los resultados de la empresa.

Así lo sugiere el profesor del IESE Mihalis Markakis en el artículo “On the Learning Benefits of Resource Flexibility”, publicado en *Management Science*.

Markakis asegura que la habitual fórmula de tomar decisiones sobre la capacidad en base a datos históricos (por lo general, sobre ventas) es suficiente cuando la demanda no excede la oferta.

Sin embargo, muchas veces, los datos de ventas no reflejan la demanda real, sino más bien el grado de capacidad disponible. En esos casos, estamos tratando con datos parciales que ignoran las ventas perdidas.

A pesar de tener capacidad para satisfacer los picos de demanda, muchas compañías se resisten a invertir en cambios para hacerlo porque conlleva costes elevados, sobre todo cuando el mercado experimenta grandes variaciones. Como resultado, es probable que pierdan ventas.

Cuando se cuenta con recursos flexibles, sin embargo, es más fácil adaptar la producción a los cambios del mercado. Ello permite comprender la demanda real de forma más ágil y, de esa manera, mejora la capacidad predictiva de la empresa. Al tener más datos, las decisiones sobre inversión en capacidad pueden

# Muchas veces, los datos de ventas reflejan el grado de capacidad disponible más que la demanda real, ignorando las ventas perdidas.

tomarse en tiempo real y así aumenta la rentabilidad, ratifica Markakis.

## PISA EL PEDAL A FONDO

Tomemos como ejemplo una fábrica que hace dos tipos de automóviles: el modelo X y el modelo Y. Una producción flexible se traduce en que la capacidad se puede cambiar para satisfacer la demanda fluctuante de los clientes de X frente a los de Y, teniendo en cuenta la rentabilidad de cada modelo. La fábrica puede optar por herramientas para reducir la variabilidad de la demanda o aumentar la flexibilidad tan conocidas y estudiadas como *risk pooling*, *operational hedging* o *profit-maximization optionality*. Sin embargo, se enmarcan en un contexto reactivo más que de anticipación, por lo que, al final, encarecen la producción.

¿Qué pasa si se trata de operaciones con márgenes reducidos? ¿Vale la pena incurrir en costes adicionales? En realidad, asegura esta investigación, la flexibilidad atenúa la parcialidad de los datos y facilita un mayor

conocimiento de la verdadera demanda. En entornos donde se producen cambios a un ritmo vertiginoso, la flexibilidad de la producción permite aprender de los datos. Y este aprendizaje es el que facilita a las empresas actuar de forma proactiva y aumentar su rentabilidad.

## Sobre la investigación

Para analizar los beneficios de los recursos flexibles sobre el aprendizaje, los investigadores utilizaron modelos centrados en un problema de decisión sobre capacidad para dos productos a lo largo de dos períodos de tiempo. Los resultados de los análisis muestran que el aprendizaje que genera la flexibilidad puede tener un impacto muy positivo en la rentabilidad de la empresa.

La investigación de Mihalis Markakis cuenta con el apoyo del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad de España [beca ECO2016-75905-R (AEI / FEDER, UE)] y de una beca Juan de la Cierva, así como del Ministerio de Ciencia e Innovación de España a través de una beca Ramón y Cajal.

## EL AUTOR DE LA INVESTIGACIÓN

**Mihalis Markakis** es profesor asistente de Dirección de Producción, Tecnología y Operaciones en IESE Business School, España. Tiene los grados de Ph.D. por Massachusetts Institute of Technology y Master of Science por University of Southern California. Es Bachelor of Science por National Technical University de Atenas. Su investigación se centra en la gestión de precios e ingresos, con un enfoque en el sector de la movilidad, así como en la gestión de inventarios y de cadenas de suministro. Ha ocupado puestos de docencia en London Business School, Sloan School of Management e INSEAD Business School.



# Desafíos y oportunidades en la atención social de las redes

Por **Claudia Loaiza**

Presidenta de LC Loaiza Comunicaciones

**E**l mundo está siempre en transformación, adaptación y renovación. Las redes sociales impactan drásticamente en la comunicación, influyendo en las percepciones que las partes interesadas tienen de las organizaciones. (Kim y Brown, 2015).

Durante décadas, antes del auge de las redes sociales, las organizaciones tenían un control casi total sobre su mensaje y cómo se presentaba a sus audiencias. Sin embargo, con las redes sociales, la estructura de poder y la dinámica de la comunicación ha cambiado drásticamente.

Surgió una nueva área especializada dentro de las relaciones públicas y las redes sociales denominada *atención social* o servicio social al cliente. Esta rama se centra en proporcionar información clave sobre

las tendencias y los problemas que pueden surgir, utilizando las redes sociales como canal.

Para que la *atención social* se aproveche de manera efectiva, las organizaciones deben primero estar dispuestas a escuchar y dar sentido a la información que reciben. Hay poca investigación para explorar esta naturaleza desde una perspectiva ética y de las RR.PP.

Para explorar esto, una investigación de *PR Journal*, recopilada por las académicas Carolyn Mae Kim y Karen Freberg, tomó de referencia entrevistas con empleados y expertos en redes sociales, determinándose, las siguientes características éticas y de toma de decisiones que se necesitan para tener éxito en la *atención social*:

**Transparencia:** Las marcas que se dedican a la *atención social* deben hacerlo con la intención de servir

## La atención social o servicio social al cliente proporciona información clave sobre tendencias y problemas, utilizando las redes sociales como canal.

al cliente, en lugar de motivos de lucro o beneficio personal.

**Respeto y empatía:** Las marcas deben reconocer el valor innato de cada individuo al comunicarse de una manera que humanice a las personas a través de las redes sociales y cultive un ambiente acogedor en línea.

**Inmediatez:** La *atención social* debe cerrar la brecha entre las partes interesadas claves y reforzar las percepciones de proximidad, cercanía y relación.

**Privacidad:** Salvaguardar la información de las personas que interactúan a través de las redes sociales, asegurándose que solo se use para fines específicos.

**Capacidad de respuesta:** Es el período de tiempo en el que una marca responde a la interacción a través de las redes sociales. Los equipos de *atención social*

deben valorar una respuesta rápida (no más de 24 horas) para ser eficaz.

**Centrado en el público:** El proceso de *atención social* debe diseñarse teniendo en cuenta a la persona, en lugar de desarrollarse a partir de una estructura organizativa. En otras palabras, se deben manejar todas las consultas y establecer contactos en toda la organización para resolver problemas sin enviar al cliente de un empleado a otro para responder preguntas.

En síntesis, la *atención social* es un área estratégica estrechamente alineada con la creciente lista de expectativas y deberes que los comunicadores incorporan en sus actividades diarias. Esta debe basarse en la ética y en el compromiso con la dignidad humana y la honestidad.



### LA AUTORA

**Claudia Loaiza Guerra** es periodista especializada en RR.PP., con un Máster en Periodismo Digital y Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Con más de veinte años de experiencia, ha trabajado en el campo de las Relaciones Públicas y la prensa. Dirige LC Loaiza Comunicaciones, una consultora de RR.PP. que promueve la comunicación integral en las organizaciones. Es capacitadora en Media Training y docente en Comunicación y Medios.

Redes TW-LI: Claudia Loaiza | Web: [www.loaizacomunicaciones.com](http://www.loaizacomunicaciones.com)

# REBOOST

Repotencia tus habilidades directivas

Repotencia tus competencias con las últimas experiencias de las mayores empresas del mundo.

Dirigido exclusivamente a egresados del IDE Business School y de la red mundial de escuelas asociadas.



## DESARROLLA



tus competencias de pensamiento crítico y adecua las disposiciones para afrontar el reto de la transformación digital actual.



## DESCUBRE



casos inéditos sobre las experiencias más recientes de las mayores empresas del mundo.



## INCREMENTA



tu networking junto a la comunidad de directivos y empresarios más grande del país.

## INICIO



Mayo 2022

## MODALIDAD



Presencial

## DURACIÓN



1 mes