



PUBLICIDAD

POLÉMICA GREMIAL

La reciente campaña publicitaria de Win, que nuevamente recurrió a la figura de una rata como analogía de su competencia, ha vuelto a traer cola, esta vez, en forma de conflicto gremial. Esto, luego de que entidades como la Asociación Nacional de Anunciantes (ANANDA) y la Sociedad Peruana de Marketing (SPM) emitieran comunicados en los que cuestionaban la idoneidad de los anuncios.

El comunicado con tono más crítico salió de la SPM, que incluso mencionó a Win directamente. “En el marco de la reciente campaña publicitaria de la empresa de telecomunicaciones Win, desde la SPM consideramos oportuno hacer un llamado a todas las marcas, agencias y profesionales del sector a reflexionar sobre el enfoque de sus comunicaciones”, reza la publicación. Sin embargo, el comunicado generó posiciones encontradas y atizó aun más un debate que ya se venía dando con fuerza en las redes sociales.

Algunos asociados de la SPM

expresaron malestar por el contenido del mismo y aseguraron no estar de acuerdo con el mensaje. Asimismo, se cuestionó que la Junta Directiva de la SPM tomara la decisión de pronunciarse sin haber conversado primero con los creadores de la campaña. “Nadie se nos ha acercado. Ni este gremio, ni ningún otro”, afirma Renato Arauco, *Strategic Director & Partner* en Lemon, la agencia detrás de la publicidad de Win.

Otro punto que causó molestia fue que la Junta Directiva de la SPM no comunicó su postura ni las razones

detrás su pronunciamiento, ni antes ni después. Ante esto, ahora algunos de sus asociados están incluso considerando retirarse del gremio. “He perdido la confianza en ellos. [...] lo firman como sociedad, cuando no refleja necesariamente el sentir de la

sociedad”, dice un miembro que prefirió mantener su identidad en reserva. Además, algunos profesionales del *marketing* y la publicidad cuestionan la idoneidad de los miembros de la Junta Directiva, pues algunos han trabajado con ‘telcos’ que compiten con Win y otros aún lo hacen.

“Los conflictos de interés son los más complicados. Si no te has anticipado, resolverlo a

El comunicado de la SPM atizó un debate que ya se daba con fuerza en las redes

posteriori es muy difícil. Lo mejor es aprender de esto y fijar cómo se trabaja cuando hay un conflicto de interés”, enfatiza

el presidente de la Asociación de Secretarios Corporativos de América Latina, Enrique Díaz.

Consultada por esta revista, la SPM señaló que no tiene “más que agregar” y adelantó que prepara un “espacio de diálogo” para las próximas semanas. **(MAB)**

LIDERAZGO

Seguridad emocional y alto rendimiento



Marlene Negreiros,
VP Corporativa de Talento y Cultura
de Grupo UNACEM

En tiempos de creciente presión por los resultados, garantizar condiciones emocionalmente seguras para nuestros equipos resulta clave.

La seguridad psicológica es la creencia compartida dentro de un equipo de que es posible asumir riesgos interpersonales con libertad. Expresar ideas, opiniones y sentimientos sin temor a represalias, en un espacio que fomente la franqueza y el respeto mutuo, incluso a pesar de cualquier diferencia.

Amy Edmondson, profesora de la Escuela de Negocios de Harvard y autora del libro ‘*La organización sin miedo*’, fue quien acuñó este concepto. Según sus investigaciones, los equipos podrían estar más dispuestos a reconocer y denunciar sus errores, si se sienten seguros al hacerlo.

Dichos estudios confirman que existe una relación entre esa confianza grupal y el alto rendimiento, incluso en trabajos creativos, colaborativos o poco estructurados, donde las personas pueden ser auténticas. Y, si hablamos de facilitar la innovación, un equipo que se siente seguro

emocionalmente estará más proclive a generar ideas eficientes y de mayor impacto.

En tiempos en los que la presión por los resultados, el ritmo vertiginoso en el que vivimos y la incertidumbre a la que nos enfrentamos reinan, esta dinámica interpersonal juega un rol crucial. Los líderes estamos llamados a cultivar un ambiente que brinde condiciones emocionalmente seguras. Para ello, es indispensable mostrar un liderazgo vulnerable, con humildad y reconociendo nuestras propias limitaciones, desconocimiento y errores.

Necesitamos entornos seguros, en los que los equipos puedan pedir ayuda y expresar preocupaciones sin culpa. Donde puedan manifestarse ampliamente y compartir sus puntos de vista. Para ello, es clave establecer normas claras y empoderar al equipo, delegando responsabilidades y expresando gratitud y reconocimiento por el esfuerzo realizado.

Equivocarse es incómodo, pero hacerlo en un espacio seguro no sólo será menos doloroso. Además, nos hará a los líderes cada vez más humanos. ■