HiCue speakers
Higher Content & Inspiration



NICOLÁS REYES

Conferencista, consultor y autor. Experto en liderazgo, estrategia, desarrollo personal, profesional y organizacional

---

- Considerado uno de los top tres speakers en liderazgo y motivación en Colombia y México por agencias internacionales
- Cuenta con más de 2,000 horas de conferencias en Colombia, México, Centro América y Sur América, impactando alrededor de 120,000 personas y más de 100 horas de talleres
- Ha compartido escenario con Doug Lipp de Disney University, David Robertson de Lego, Mark Randolph de Netflix y Porter Erisman de Alibabá
- Fue el conferencista mejor evaluado en la gira de EXMA Latinoamérica, ante un público de más de 8,000 personas
- Autor del Libro ”Compórtate Como un Animal” (best seller en la categoría de management y liderazgo en Colombia en 2020), “Selectable” y la serie
- “The Skills of Selectable People”

- Autor del modelo VUCAA Leadership School y SUPRACOMPETENCIAS VUCAA enfocado a abordar retos organizacionales asociados con el entorno de negocios actual
- Certificado en Planeación Estratégica en Georgetown University
- Consultor en liderazgo con experiencia corporativa de más de 25 años
- En sus 18 años de experiencia en Microsoft fue merecedor en tres oportunidades al premio Circle of Excellence otorgado a top performers a nivel mundial

---

Luego de un estudio cuidadoso realizado durante su experiencia de más de 20 años en múltiples organizaciones, concluyó que quienes más se destacan en el mundo laboral son aquellos que alcanzan sus objetivos con ayuda de otros, saben tratar e inspirar a los demás, tienen una visión poderosa y encuentran el sentido de lo que están haciendo en su trabajo.

Tras 18 años de experiencia en Microsoft, dirigió Dale Carnegie Training para Colombia, organización internacional dedicada a potencializar el desempeño organizacional mediante el desarrollo de las personas. Ha liderado procesos de cambio, transformación de cultura y de servicio en organizaciones de múltiples tamaños y sectores del mundo empresarial.

Nicolás logra crear un ambiente de reflexión inspirador entre todos los participantes. Apoyado en historias reales del mundo corporativo, casos de éxito, aprendizajes y de sus vivencias y experiencia, va llevando a los asistentes a la auto reflexión que permite identificar las áreas en que cada uno debe trabajar para poder desarrollar esas capacidades que crean la diferencia en las organizaciones y en la vida personal.

Nicolás se caracteriza por:

- Haberse formado en la “arena”
- Sus conceptos son basados en insights de negocio
- Conexión desde lo humano para abordar capacidades empresariales
- Ser un confrontador que construye
- Ser un inspirador a partir de dolores de negocio
- Su drive, pasión y energía
- Discurso elaborado a la medida para abordar necesidades puntuales
- Ser pragmático, práctico, con herramientas de negocio aplicables

- Ser un pensador estratégico
- Autor de modelos y conceptos estratégicos

En sus conferencias aborda algunos de los conceptos que ha desarrollado a lo largo de su carrera profesional:

- La Gente que se hace Seleccionable
- Visión memorable
- Reinvención en el éxito
- Los 90 grados
- El modelo de las Múltiples U´s
- Líder en el vértice
- Los arquetipos de la gente comprometida
- El balance entre liderar para ejecutar y liderar para movilizar
- Organizaciones transversales
- El equilibrio entre la estrategia y la suerte
- La mente ambigua: realista y optimista

TEMAS

- Motivación
- Liderazgo
- Crecimiento personal y profesional
- Estrategia
- Equipos
- Transformación cultural
- Entorno VUCAA

PROGRAMAS

Compórtate como un animal

“Compórtate como un Animal” está basada en la teoría de la evolución y selección animal, la cual ha permitido crear esplendor en diferentes especies. Se hace un paralelo de esta evolución, a través de analogías con animales, con la forma en que las organizaciones y

las personas deben evolucionar y desarrollarse para dejar huella entre sus clientes y la gente, y así destacarse, brillar, prevalecer, y hacerse seleccionables.

Las especies que históricamente han evolucionado son las que han prevalecido y se han perpetuado a lo largo del tiempo gracias a que han brillado, se han destacado y han sido seleccionadas. Así mismo sucede con las personas que se hacen seleccionables constantemente a pesar de las adversidades y cambios constantes que enfrenten al interior de su Organización y/o del mercado, donde se exigen nuevas formas de trabajar con esfuerzos adicionales, producto de desafiar el status quo o la zona de confort. Esta realidad cambiante no se considera impedimento para lograr la visión poderosa que las personas y Organizaciones persiguen; es por el contrario, la motivación para reinventarse constantemente, fortalecer la capacidad de adaptabilidad y aplicar la resiliencia con mayor intencionalidad.

A través de cuatro grandes pilares, durante la conferencia se recorren las competencias que se deben trabajar para lograr el estado individual y colectivo que llevará a la Compañía a obtener poderosas visiones y continuar ganando en los resultados propuestos.

Los cuatro pilares son:

1. Tener una visión memorable.
2. Tener la capacidad de reinventarse y reimaginarse constantemente.
3. Descubrir la magia que hay en los otros.
4. Encontrar el significado de lo que cada uno hace en su vida y en el trabajo.

Estos pilares respaldan el espíritu persistente e innovador de los ejecutivos de las organizaciones de todos los tamaños, públicas y privadas, pues quien tiene dicho espíritu se pone visiones ambiciosas, se reinventa constantemente, entiende que solo con los demás es capaz de lograr grandes cosas y sabe cuál es el real motivo por el cual está ejecutando y trabajando esa gran visión.

Lecciones de los Amigos del Alma

La conferencia “Lecciones de los Amigos del Alma” plantea los retos comunes de la inteligencia emocional versus la intelectual, basados en los siguientes planteamientos:

1. Cómo el desarrollo de las capacidades intelectuales implica muchas veces un desfallecimiento de las capacidades emocionales.
2. Las personas que tienen discapacidad intelectual compensan con un mayor desarrollo de las capacidades emocionales. Se invita a reflexionar cómo en la adultez se van perdiendo capacidades esenciales para la vida, con las cuales se nace, pero que lentamente se van perdiendo en la búsqueda de un exigente desarrollo de capacidades intelectuales.
3. De la constante obsesión por el desarrollo o crecimiento en capacidades intelectuales, se genera una presión/estrés en los seres humanos que les impiden realizarse en su propósito de vida.

Específicamente durante la conferencia, se profundiza en cinco competencias que se resaltan como aquellas que constituyen parte de las bases del propósito en la vida de una persona:

- Agradecimiento
- Autonomía
- Amistad
- Contemplación

Entrega la Posta

No es posible avanzar exitosamente en el desarrollo de un programa de Cultura de Servicio, si alguno de estos ejes: La estrategia, los procesos y la actitud no están alineados o si no se trabajan en la misma dirección.

Es por eso que vale la pena resaltar un componente que cobra especial relevancia: la Gente. Tanto la estrategia como el proceso se pueden diseñar y/o contratar pero la actitud y el compromiso no. Estos se crean, se generan. La conferencia propone una teoría donde una actitud de servicio extraordinaria se genera a partir de cinco impulsores: interés genuino, pertenencia a la cadena de valor, humildad, propósito y apropiación. Una buena estrategia de ventas está soportada con una extraordinaria estrategia de servicio porque los productos, tecnología y precios son copiables pero la actitud que crea relaciones comerciales, no lo es. Por lo anterior, la propuesta a través de la conferencia “Entrega La Posta” se centra en entender el grado de desarrollo del equipo frente a los cinco impulsores

que determinan una actitud volcada hacia el servicio y cuáles son las estrategias claves para crear la diferencia.

Esta conferencia está basada en los cinco pilares no convencionales que promueven un nivel de servicio de clase mundial, capaz de exceder las expectativas de los clientes y de diferenciar a las organizaciones, creando una única ventaja competitiva sostenible en el tiempo. Todos los elementos de la estrategia y los procesos se pueden copiar, excepto la actitud de servicio de los empleados; de ahí la importancia que cobra pasarse la posta de principio a fin en la cadena de valor teniendo como premisa los cinco pilares que se describen a continuación, para que el doliente más importante de todo el negocio, el cliente, tenga una experiencia de servicio extraordinaria.

Interés Genuino: Uno los impulsores críticos en el desarrollo de servicio al cliente es el interés por servir a los demás. Quienes tengan una actitud de servicio deben genuinamente interesarse por servir tanto al cliente interno como al externo. Hacerlo generalmente implica no esperar nada a cambio; lo hacen porque están convencidos que servir desinteresadamente a los demás es la única manera de sostener una ventaja activa en el negocio.

Pertenencia a la Cadena de Valor : La gente que es extraordinaria en servicio al cliente entiende perfectamente que pertenece a una cadena valor y que no importa si cada uno de los pasos o procesos han sido desarrollados con excelencia, si uno de ellos falla, toda la cadena valor y el proceso relacionado habrá fallado. Al final el cliente recibirá un nivel de servicio que no estará de acuerdo con sus expectativas ni con los estándares fijados por la organización y él no se habrá enterado en qué parte de la cadena ocurrió esta falla. Solamente percibirá el resultado final.

Humildad: Las organizaciones que se exceden en los niveles de servicio al cliente entienden profundamente que al final del camino, quien sostiene el negocio y lo hace viable y sostenible en el tiempo es el cliente y desde este punto de vista entiende honestamente, que el cliente es la persona más importante de la organización por encima de todos los demás interesados del negocio.

Propósito: Para poder entregar un nivel de servicio de clase mundial es absolutamente crítico que la gente conecte su trabajo y su responsabilidad con el día a día de su labor con

un propósito superior. Quienes no entienden la razón por la cual están sirviendo a los demás, no tienen motivación para entregar grandes estándares. De ahí la importancia de tener conectados el propósito de la organización con el propósito de la gente.

Apropiación: La apropiación es la disposición de los colaboradores a entregar el ciento por ciento del talento y el ciento por ciento de su pasión en su trabajo. Uno de los motores más importantes en el desarrollo de un estándar de servicio de clase mundial es este compromiso, porque es imposible exceder las expectativas del cliente si no se hace con pasión y entregando todo el talento potencial de los empleados.

Los Paradigmas de la Transformación

Es común ver en los procesos de cambio que las Organizaciones destinen la mayor parte de los esfuerzos y recursos en definir la estrategia de la cual se derivan unos procesos, que por supuesto son de gran importancia para darle viabilidad al cambio. Sin embargo, también es común que no se trabaje sobre la actitud de la gente en la misma medida y con la misma fuerza, la cual por lo general lleva consigo altos niveles de incertidumbre y malestar.

Los dos primeros ejes (estrategia y procesos) son delegables, generalmente los trabajan firmas consultoras expertas en estos temas con resultados extraordinarios. El tercer eje, es decir la actitud, a diferencia de los dos primeros, no se “contrata”, no se delega, no se copia ni se impone.

Es solamente a través de la actitud, compromiso, interés genuino y competencias de las personas, que se logra que las estrategias y los procesos sean implementados adecuada y eficientemente al interior de las organizaciones.

Solución - Contenido

La conferencia “Paradigmas de la Transformación” tiene como objetivo concientizar sobre la importancia y responsabilidad que cada persona tiene en este proceso, y de los paradigmas que cada uno, desde su rol dentro del cambio, se ha impuesto a lo largo de este proceso. Se desarrollan los siguientes temas para lograr dicho objetivo:

I. Frente a un proceso de cambio cultural u organizacional la gente regularmente

enfrenta tres grandes etapas:

1. Entendimiento y aceptación de los elementos que han cambiado.
2. Análisis del gap de las nuevas competencias que debe desarrollar la persona para ser exitosa en el nuevo escenario.
3. Ser propositivo frente al cambio.

II. Estas tres etapas son asumidas por la gente a diferentes ritmos y es por eso que se reconocen cuatro tipos de comportamientos frente a este proceso:

1. Innovadores: afrontan rápidamente el cambio. No pierden tiempo en aceptar el cambio.
2. Visionarios: le creen al innovador, confían en ellos y siguen su comportamiento.
3. Pragmáticos: asumen el cambio cuando se dan cuenta que funcionó y que hace sentido.
4. Escépticos: no aceptan el nuevo modelo, se resisten al cambio y piensan que esta resistencia va a detener el cambio.

III. En el recorrido de ese proceso hay cinco paradigmas que regularmente la gente afronta y que le impiden recorrer el proceso como lo recorrerían un innovador o un visionario. Estos son:

1. Cruzar la “U” rápidamente: entre más me demore en recorrer el proceso, mejor me va.
2. Los cambios solo benefician a la compañía.
3. El confort y el crecimiento no coexisten.
4. Si me opongo, reversan la decisión.
5. Primero que cambien los otros y después cambio yo.

Balance en el Vértice

Dar a los líderes de los equipos corporativos las herramientas para adaptarse rápidamente a las nuevas realidades del negocio y exigencias de sus equipos les provee una ventaja competitiva que los lleva a destacarse y ganar el compromiso de sus colaboradores para alcanzar los objetivos de negocio. Como consecuencia, evolucionan y contribuyen al crecimiento de la compañía.

La conferencia “Balance en el Vértice” plantea tres retos no evidentes en los procesos de cambio del mundo corporativo. Los líderes por su parte, deben estar constantemente en cuestionamiento frente a su grado de desarrollo y fortalecimiento en:

Como líder…

- ¿Creo las condiciones para que mi equipo se desarrolle y crezca?
- ¿Invierto más tiempo en la ejecución?
- ¿En un día, qué porcentaje dedico a asegurarme de crear las condiciones para que la gente se autogestione, se autodirija, tome decisiones?
- ¿En un día, qué porcentaje dedico a ejecutar tareas tácticas?

Como líder…

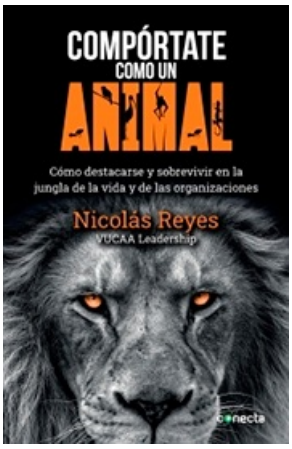
- ¿Me pongo del lado de la Organización o de los empleados?
- ¿Tengo las habilidades para entender a mi equipo y al mismo tiempo, apoyo las directrices y políticas de la Organización?
- ¿Soy un filtro entre las dos caras de la Organización?
- ¿Transmito a la Organización las inquietudes de los empleados manteniendo un equilibrio entre sus solicitudes y los intereses de la compañía?
- ¿Me dejo llevar por alguno de los dos “jugadores” en ciertas situaciones?

Como líder…

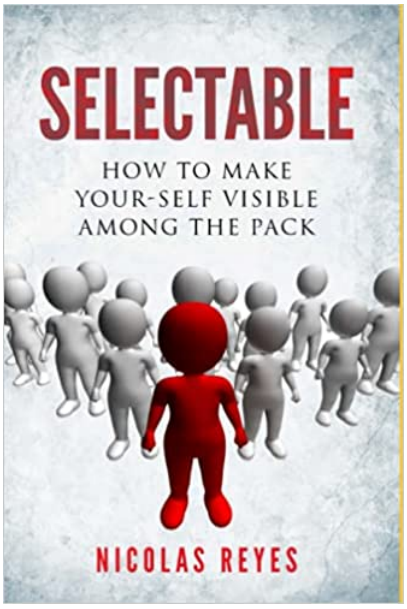
- ¿Me aseguro de tener la gente correcta en las posiciones correctas?
- ¿Tengo la habilidad de identificar quién debe estar en mi equipo y quién debe explorar posibilidades en otras áreas donde desarrolle en mayor medida su potencial?
- ¿Identifico aquellas personas claves que me permitirán avanzar con los objetivos de mi negocio?
- ¿Tengo claro quién y cuándo deben decidir hacia dónde va el equipo?

PUBLICACIONES

Libros



COMPÓRTATE COM UN ANIMAL



SELECTABLE

CONDICIONES

- **Viaja desde:** Bogotá D.C., Colombia
- **Rangos:** Consultar tarifa con HiCue Speakers