

I N S I G H T S

## El futuro en tus manos



Artículo

► **Hansi Flick vs Carlo Ancelotti analizando sus estilos de liderazgo** (pág. 2)

Artículo

► **Soy CEO. ¿Mi equipo directivo está preparado para afrontar los retos de la IA?** (pág. 3)

Entrevista

► **Entrevista a Fede Martrat Seleccionar con éxito a nuestros vendedores** (pág. 4)

## LAS ÚLTIMAS EVOLUCIONES DE NUESTRA IA EN ERICK SPARRING.IO por Fede Martrat Socio / Director de ActitudPro



### APRENDER CON IA PARA VENDER MÁS

Nos complace compartir hoy una etapa renovada. Nuestra imagen corporativa evoluciona para reflejar mejor quiénes somos hoy: una organización comprometida con la innovación y con ayudarnos a lograr resultados. Esperamos que os inspire como a nosotros.

La inteligencia artificial (IA) se ha consolidado como aliada estratégica en ventas. En este número veremos cómo impulsa el rendimiento comercial en distintos sectores y cómo podéis beneficiaros de su implementación.

Desde automatizar procesos hasta prever comportamientos de clientes, la IA aumenta la eficiencia y mejora la personalización. Imaginad herramientas que analizan miles de interacciones en segundos y recomiendan acciones precisas. Así, los equipos comerciales se centran en lo que importa.

Una empresa tecnológica aplicó IA en sus procesos comerciales y en pocos meses mejoró su conversión un 25%. Soluciones como asistentes virtuales, análisis predictivos y bots conversacionales están transformando la forma de vender.

Gracias por acompañarnos en este número.  
Fede Martrat

Erick Sparring es un entrenador virtual de vendedores y directivos basado en inteligencia artificial, creado por ActitudPro. Su sistema se basa en simulaciones realistas y análisis avanzado de datos, lo que permite ofrecer entrenamientos personalizados. Los usuarios practican escenarios de venta o liderazgo y reciben feedback inmediato y detallado.

Este entrenador virtual mejora habilidades como la gestión de objeciones, el cierre de ventas y la comunicación efectiva. Además, se integra con herramientas como la tabla de entrenamiento comercial, permitiendo que el aprendizaje forme parte del trabajo diario del equipo de ventas.

#### Nuevas funcionalidades incorporadas

En su evolución más reciente, Erick Sparring ha incorporado funciones específicas para entrenar a mandos intermedios en liderazgo. Ahora es posible simular situaciones complejas como dar feedback, establecer planes de mejora, proponer cambios, fijar límites o mejorar la empatía y la asertividad. Estas prácticas están alineadas con el modelo de entrenamiento del líder desarrollado por ActitudPro en 2024, lo que garantiza coherencia con el resto de programas formativos de la compañía.

#### Opciones de personalización y adaptación

El sistema también ha incorporado diversas opciones de personalización y adaptación que refuerzan su utilidad en entornos corporativos diversos. Por ejemplo, ahora es posible incluir el logotipo del cliente dentro de la interfaz de entrenamiento, aportando mayor realismo a la experiencia. Erick Sparring se encuentra completamente operativo en idiomas como

español, inglés, portugués, alemán y otros siete idiomas adicionales, con mejoras recientes que han hecho que el lenguaje utilizado sea más natural y ajustado al contexto cultural del usuario. Además, su implementación resulta ágil, ya que basta con un seminario web introductorio para que los equipos comprendan su funcionamiento y puedan configurar el sistema según los perfiles de usuario deseados.

#### Avances técnicos recientes

- Se ha optimizado el procesamiento de resultados. Ahora los diagnósticos se generan en menos tiempo.
- Es posible usar Erick desde el móvil, permitiendo a los vendedores practicar sin necesidad de ordenador y a los responsables revisar evaluaciones en cualquier momento.

#### Alineación con los programas de formación de ActitudPro

- Las métricas de rendimiento de Erick Sparring están vinculadas directamente con el marco de entrenamiento comercial de la compañía.
- El responsable de ventas dispone de un panel de control para revisar resultados y dar feedback preciso.
- También es posible configurar retos específicos según el contexto o mercado del equipo comercial, recibiendo informes personalizados.

#### Mejoras de experiencia de usuario

El sistema es más intuitivo, facilita su uso y reduce costes. Los usuarios pueden configurar Pitch Monster por sí mismos y acceder a sesiones ilimitadas durante la licencia. Los responsables de ventas disponen de informes que combinan el análisis de la IA con su propio feedback.

# Hansi Flick vs Carlo Ancelotti analizando sus estilos de liderazgo en esta temporada

por Fede Martrat. Socio Director de ActitudPro

## Proyectos actuales de ActitudPro

Se indican a continuación algunos de los principales proyectos que ha implementando recientemente, por sectores: ActitudPro.

### España:

- Industria. Seguimiento estratégico para mejorar la competitividad comercial e incorporar progresivamente las herramientas de IA en ventas.
- Servicios. Sistemática de introducción de procesos de inteligencia artificial a nivel de la organización.
- Automotivo: Proceso de desarrollo y potenciación directiva a 30 concesionarios para que sus directores puedan gestionar adecuadamente a sus equipos.

• Papelerero: Puesta en marcha de una sistemática de televenta a nivel internacional.

• Packaging: Proceso de selección de varios integrantes del equipo comercial y marketing.

• Utilities: Lanzamiento de un pasillo de clientes para mejorar la eficiencia comercial.

• Retail: Evaluación de la performance comercial del equipo de ventas en el sector del descanso.

### México:

• Sector cosmética: Coaching directivo para desarrollar las habilidades de liderazgo de los mandos intermedios.

• Servicios recursos humanos: Puesta en marcha de un sistema de venta consultiva para captar más negocio.

• Cosmética: Formación en habilidades de dirección de equipos de ventas para conseguir.

• Educación: Formación para desarrollo de las habilidades de venta a la red de 60 comerciales.

• Industria: Proceso de selección de un directivo clave en ventas en la delegación mexicana.

### Internacional:

Equipo propio y consultores asociados:

• Turismo y hostelería. Despliegue de un programa para incrementar la venta cruzada para los establecimientos de América latina, Europa, Asia

• Agroquímico. Puesta en marcha de una sistemática de venta consultiva a el equipo comercial en varios países de Europa y África.

• Asegurador. Proyecto de pildorización formativa para el equipo comercial y su despliegue comercial.

• Transformación siderúrgica: Sistemática para implantar la venta consultiva en el equipo comercial.

• Retail: Puesta en marcha de una sistemática de formación comercial



Analizar el liderazgo de Hansi Flick y Carlo Ancelotti permite reflexionar más allá de resultados. Independientemente de si nos gusta el fútbol, y del equipo que seamos, entender cómo han gestionado estos entrenadores sus equipos, nos ofrece claves prácticas que pueden inspirar a cualquier directivo en su propio estilo de liderazgo.

### Gestionar el cambio ante escenarios diferentes

El Real Madrid ha vivido una etapa de estabilidad institucional bajo un presidente incuestionado, lo que le ha facilitado resolver conflictos con rapidez. Ancelotti ha gozado de autonomía técnica, aunque dentro de una estructura presidencialista, que aporta orden pero puede limitar la calidad de ciertas decisiones por su rigidez y centralismo.

La situación del FC Barcelona es volátil, con un presidente cuestionado, oposición interna y tensiones presupuestarias. Flick ha actuado como paraguas ante este entorno, y ello ha generado cohesión en el equipo y, a la vez, le ha dado margen para aplicar su estilo y liderar con autonomía.

### Distintos valores en qué creer: flexibilidad táctica vs cohesión con intensidad

Ancelotti ha adaptado el sistema a sus jugadores, priorizando soluciones prácticas sobre esquemas rígidos. Su juego se ha basado en transiciones rápidas y la efectividad de sus delanteros. Ha dado libertad a los talentos creativos, y su equipo cree en su enfoque.

Flick ha apostado por la intensidad y la presión, un enfoque ideal para equipos jóvenes con energía y dinamismo. Ha trabajado de forma personalizada el desarrollo de sus jugadores, prestando atención a sus fortalezas, y ha fomentado la cohesión grupal, incluso con actividades fuera del campo. Su objetivo ha sido que el equipo actúe como un bloque unido, aunque esto depende en



gran medida de que la presión funcione correctamente y se mantenga durante todo el partido.

### Apostar por talento consolidado vs talento emergente

Carlo Ancelotti ha debido gestionar estrellas consolidadas y con experiencia. Su trayectoria con grandes equipos le ha permitido dejar que la jerarquía se imponga de forma natural, confiando especialmente en quienes ya han ganado.

Hansi Flick, en cambio, ha trabajado con muchos jóvenes sin experiencia. Su trato con ellos es más protector y paternalista, mientras que con los veteranos es más directo. Ha confiado en quienes están en mejor forma y estado mental, promoviendo la responsabilidad individual y fomentando la competencia interna.

### El modelo Hersey Blanchard en ambos: Delegar vs Dirigir

Ancelotti ha destacado por gestionar con inteligencia lo que sus jugadores pueden aportar y permitir que su talento fluya. Es un delegador que aprovecha espacios y confía en sus figuras.

Flick, en cambio, ha sido más intervencionista. Su estilo requiere disciplina táctica constante, con defensas altas y laterales activos. Ha ido supervisando cada detalle y no ha dudado en tomar decisiones firmes, incluso sancionando a quienes no cumplen.

### Comunicación calmada vs comunicación clara

Ancelotti ha comunicado desde la calma, confiando plenamente en sus jugadores y transmitiendo serenidad en momentos de presión. Flick, por su parte, ha utilizado una comunicación directa y clara. Al expresarse en inglés, se ha enfocado en hechos concretos y evitado la carga emocional, lo que mantiene al equipo concentrado. Ambos han logrado resultados con estilos distintos.

# Soy CEO. ¿Mi equipo directivo está preparado para afrontar los retos de la IA?

por Álvaro Peinador. Director de ActitudPro Madrid

¿Mi equipo comprende los conceptos fundamentales de la IA? ¿Hemos identificado las? ¿Tenemos un plan claro para capacitar a los empleados? ¿Estamos adaptando bien nuestra cultura organizacional?

Si tus respuestas son ambiguas, deberías leer esto. Al implementar procesos de mejora de IA, como consultores vemos que este tema se deja demasiado a menudo en manos del director de IT, que muchas veces no dispone de la visión empresarial ni de la capacidad de engranar cambios. Muchos creen que se trata de decidir la tecnología, pero el verdadero reto radica en preparar al equipo directivo para liderar esta transformación.

## El impacto de la IA en la dirección empresarial

La IA no es una herramienta, sino mucho más que eso. Solamente la IA Generativa representa un cambio de paradigma en la forma en que van a operar las organizaciones y se puede aplicar en marketing, operaciones, ventas, tecnología... Desde automatizar procesos repetitivos, generar nuevos insights o tomar decisiones basadas en datos.

Para los equipos directivos, esto implica entender las capacidades y limitaciones de la IA y adaptar la cultura organizacional, ya muchos equipos sienten reservas significativas sobre la incorporación de IA, influenciados por los titulares alarmantes en los medios y el temor a la posible pérdida sus trabajos.

## Competencias clave que el equipo directivo necesita

Desde mi punto de vista, para liderar en un mundo impulsado por IA, los directivos deben desarrollarse en varias áreas clave.

Es esencial contar con una alfabetización básica en inteligencia artificial. El ecosistema de herramientas es muy amplio: chatbots, soluciones de generación de contenido, lectura automática de documentos, entre muchas otras. Aunque es inviable conocerlas todas, se espera que el equipo



directivo entienda los conceptos fundamentales, el potencial de estas tecnologías y qué tipos de herramientas pueden aplicarse a su organización. La elección concreta podrá hacerse más adelante junto al área de IT, a partir de una selección relevante.

Los equipos deben tener nociones sobre las capacidades del procesamiento del lenguaje natural. No se trata de que sean expertos técnicos, sino que comprendan lo que hacen estas herramientas. Y así puedan dialogar con especialistas y valorar su utilidad en ámbitos como ventas, atención al cliente, marketing o RRHH. Esto les permitirá tomar decisiones bien fundamentadas.

El pensamiento estratégico basado en datos es otra competencia clave. La IA genera grandes volúmenes de información, pero su valor depende de cómo se interpretan. Los líderes deben cuestionar las fuentes, identificar sesgos y extraer conclusiones útiles. Además, deben tener presente que la calidad del dato de origen es fun-

damental para obtener resultados fiables de cualquier algoritmo.

La adaptabilidad y el aprendizaje continuo son también imprescindibles. La evolución de la IA obliga a experimentar, equivocarse y probar herramientas básicas como ChatGPT o versiones freemium de nuevas soluciones. Seminarios breves o sesiones de microconsultoría pueden ser útiles para adquirir conocimientos concretos y actualizados justo cuando se necesitan.

## Estrategias para preparar a tu equipo

Capacitar al equipo directivo es esencial. Invertir en formación específica que les permita comprender la inteligencia artificial y su aplicación en el negocio facilitará su integración. Esto puede incluir talleres, cursos en línea o sesiones prácticas con expertos que traduzcan los conceptos a la realidad de la empresa.

Contar con especialistas también marca la diferencia. In-

corporar asesores o empleados con experiencia en IA ayudará a tomar decisiones informadas y adaptadas al contexto real del negocio. Su guía será clave para acompañar al equipo en todo el proceso de adopción.

Crear una cultura de innovación es igualmente fundamental. Cuando los empleados se sienten cómodos experimentando y aprendiendo de sus errores, la integración de la IA se vuelve más natural. Este tipo de entorno fomenta la colaboración, el aprendizaje y la mejora continua.

Es importante reconocer las reservas que pueda haber en el equipo. Ofrecer espacios para expresar preocupaciones —ya sea por la información recibida desde fuera o por miedo a perder el empleo— permite anticipar resistencias y construir una estrategia más humana y transparente.

Medir el progreso es vital. Establecer indicadores claros ayuda a seguir el impacto de la IA en el negocio y en la preparación del equipo. Gracias a estos datos, se pueden ajustar las acciones y mejorar continuamente la estrategia.

## Mirando hacia el futuro

La IA transformará la forma de operar en las empresas. Como CEO, debes preparar a tu equipo con conocimientos técnicos y una mentalidad flexible, colaborativa y abierta al cambio.



## ARGENIS PAREDES ENTREVISTA A FEDE MARTRAT: CÓMO SELECCIONAR A NUESTROS VENDEDORES

Esta empresa tiene una filial de selección: Actitud Talent. Hoy en la entrevista ponemos el foco en una cuestión clave: Cómo seleccionar correctamente el talento.

**Nuestros perfiles comerciales tienen una visión estratégica que permite construir equipos comprometidos, capaces de sostener y hacer crecer las ventas.**

**Argenis Paredes:** Hola Fede, gracias por acompañarnos hoy. ¿Podrías contarnos brevemente sobre ActitudPro y su enfoque en la selección de colaboradores?

**Fede Martrat:** Claro, Argenis. ActitudPro es una consultoría especializada en excelencia comercial, experiencia de cliente y desarrollo de equipos. A través de su filial Actitud Talent, nos enfocamos en la selección de perfiles comerciales, asegurando que nuestros clientes obtengan los mejores talentos.

**Argenis Paredes:** ¿Por qué es tan importante seleccionar bien a los colaboradores comerciales?

**Fede Martrat:** La selección adecuada es fundamental para crear equipos enfocados. Una mala selección puede generar costes significativos en tiempo, recursos y dinero. Además, impacta directamente en las ventas si la cartera queda desatendida o mal atendida.

**Argenis Paredes:** ¿Cuáles son los ingredientes clave de un buen candidato comercial?

**Fede Martrat:** Competencias, experiencia, motivación y valores. Es esencial definir bien estos aspectos antes de comenzar el proceso. Solo así se puede garantizar que el perfil encaje con las necesidades reales del equipo y del negocio.

**Argenis Paredes:** ¿Cómo identificáis las competencias en los candidatos?

**Fede Martrat:** Utilizamos el modelo DISC, que nos permite evaluar comportamientos y competencias. Este modelo nos ayuda a entender cómo se relaciona una persona con su entor-

no y a detectar habilidades clave para el entorno comercial.

**Argenis Paredes:** ¿Qué papel juegan los valores en la selección de candidatos?

**Fede Martrat:** Los valores son fundamentales. Nos permiten conocer la orientación vocacional y la motivación de los candidatos. Un buen encaje cultural es tan importante como las habilidades técnicas.

**Argenis Paredes:** ¿Cómo gestionáis la entrevista de selección?

**Fede Martrat:** La entrevista es una oportunidad para conocer al candidato en profundidad. Evaluamos su presencia, forma de comunicarse, su trayectoria y sus competencias. Hacemos preguntas que nos permiten ver cómo reacciona ante distintas situaciones.

**Argenis Paredes:** ¿Podrías darnos un ejemplo de una pregunta clave en la entrevista?

**Fede Martrat:** Claro. Una que utilizamos es: "Cuéntame sobre un día en el que no te sentías motivado, pero tenías que conseguir resultados. ¿Qué hiciste?" Esto nos da pistas sobre su capacidad de automotivación y resiliencia emocional.

**Argenis Paredes:** ¿Cómo se adaptan las técnicas de reclutamiento a las nuevas generaciones, como los Millennials y la Generación Z?

**Fede Martrat:** Es importante entender sus expectativas. Valoran la flexibilidad, el impacto de su trabajo y participar en las decisiones. Por eso adaptamos nuestros procesos para conectar con ellos desde el primer contacto.

**Argenis Paredes:** ¿Qué desafíos presentan estas nuevas generaciones en el entorno laboral?

**Fede Martrat:** Suelen ser más exigentes, buscan un liderazgo que los forme también como personas. Valoran la privacidad, la personalización y quieren proyectos que les resulten significativos.



Argenis Paredes



Fede Martrat

**Argenis Paredes:** ¿Qué recomendación darías a responsables comerciales para integrar con éxito a la Generación Z?

**Fede Martrat:** Que les den espacio para aprender, los involucren en proyectos interesantes y les ofrezcan flexibilidad. La clave está en confiar en su potencial y acompañarlos.

**Argenis Paredes:** ¿Qué técnicas deben utilizar para retener a estos jóvenes talentos?

**Fede Martrat:** Mantener conversaciones frecuentes para asegurarse de que su trabajo tiene sentido, ofrecerles mentoría y construir una cultura organizacional sólida. El seguimiento cercano marca la diferencia.

**Argenis Paredes:** ¿Cómo influye la tecnología en la selección y retención de colaboradores?

**Fede Martrat:** La tecnología es clave. Utilizamos herramientas como InsightsPro para evaluar competencias, actitudes y valores. Además, aprovechamos la familiaridad de los jóvenes con las redes sociales para convertirlos en embajadores de marca.

**Argenis Paredes:** ¿Qué papel juega Erick Sparring en la evaluación de los vendedores?

**Fede Martrat:** Erick Sparring es nuestro entrenador virtual basado en inteligencia artificial. A través de simulaciones interactivas y análisis de datos, personaliza el entrenamiento de los vendedores, mejora sus habilidades y su rendimiento.

**Argenis Paredes:** Finalmente, ¿qué consejo darías a las empresas que buscan mejorar su proceso de selección de sus comerciales?

**Fede Martrat:** Que dediquen tiempo a definir bien las competencias y valores que buscan, que utilicen herramientas de evaluación rigurosas y que entiendan lo que valoran las nuevas generaciones. Esos tres pasos marcan la diferencia entre acertar o no.

**Argenis Paredes:** Gracias, Fede, por compartir tus conocimientos con nosotros.

**Fede Martrat:** Gracias a ti, Argenis. Ha sido un placer.

¿QUIERES QUE CONTACTEMOS CONTIGO?



ACTITUDPRO

Barcelona +34 93 368 25 33 Balmes 245, 08006	Madrid +34 91 831 88 98 Velázquez 27, 28001	Andorra +376 85 56 56 Av. Sant Antoni 77	México DF +52 555 18 07 010 Isaac Newton 186, 11560
--	---	--	---

RED DE CONSULTORES ASOCIADOS EN:

Europa

Alemania: Berlín, Munich Suiza: Ginebra, Basilea  
Francia: París, Annecy Turquía: Estambul  
Portugal: Lisboa, Oporto Andorra: Andorra la Vella

América

México: C d México.  
Uruguay: Montevideo  
Brasil: Sao Paulo

actitud@actitudpro.com  
www.actitudpro.com