

"El error es permitido siempre y cuando deje aprendizajes"

Diego Castro, country manager de Despegar.com, confiesa que en su carrera ha tenido que aprender a balancear mejor entre ser intenso y ser paciente.

LESLIE SALAS OBLITAS

1. ¿Qué aspectos de su personalidad considera que han incidido positivamente en su vida laboral?

Arriesgar. Algunos cambios de puesto en mis primeros años laborales fueron movimientos horizontales, sin mejora económica de por medio y, en ocasiones, con mayor carga de trabajo y responsabilidad. Era entendible no aceptar cada cambio, pero siempre lo hice porque entendí que sumaría experiencias críticas. Ahora estoy convencido de que asumir nuevos desafíos sin poner, como prioridad, el factor económico me permite aprender de distintas maneras.

2. ¿Cuáles, por el contrario, cree que han tenido que moderar?

Entender que no todos vamos a la misma velocidad. He tenido que aprender a balancear mejor entre ser intenso y ser paciente. Como líder de 'líderes Despegar' considero que todos deben tener un genuino interés por aprender, solo es necesario dosificar las energías y velocidades para que el equipo se cohesioné y dinamice. Esto es algo en lo que estamos convencidos en Despegar.com. El error es permitido siempre y cuando deje aprendizajes, la innovación es parte de nuestro ADN.

3. ¿Cómo fue el proceso de pasar de una empresa de consumo tradicional al comercio 'online'?

Ambas son industrias muy dinámicas, la principal diferencia es que Despegar.com es una empresa de tecnología, de innovación, de constante cambio, donde animarse a presentar ideas es una virtud que valoramos mucho. Prueba de ello son nuestras innovaciones como la App Mobile, el producto de 'Paquetes Dinámicos' o ahora nuestros nuevos canales.

4. ¿Qué ha sido lo más gratificante y lo más complicado que le ha tocado vivir hasta el momento en su carrera?

En general, construir superequipos humanos y profesionales con quienes lograr grandes resultados se vuelve algo simple. En Despegar.com somos alrededor de 3.000 empleados, yo lidero un equipazo de 35 personas en el Perú.

5. ¿Cuál ha sido su mayor reto?

La penetración del comercio electrónico en el Perú es todavía del 31%, y viene en línea ascendente año a año. En ese sentido, como líder de una agencia de viajes online el principal reto es impulsar la sinergia entre el turismo y el comercio electrónico, generando confianza en los usuarios. En el país, el 40% no compra por Internet por el medio de pago y 29% no lo hace por desconfianza. Para ello, venimos trabajando a través de alianzas con bancos e instituciones del sector, generando nuevos canales y poniendo mucha fuerza en nuestra comunicación.

6. ¿Cuán difícil es dirigir una empresa inmersa en un sector tan competitivo como el turismo?

E-commerce en el Perú aún está en



Perfil

DIEGO CASTRO ESCOBAR

Cargo: Country Manager Despegar.com Perú.

Estudios: bachiller en Administración de Empresas por la Universidad de Lima y siguió un MBA en IE Business School.

Experiencia: fue pasante del programa para MBAs en el área de Internet of Things (en la India) y fue parte del área de ventas en Pepsico Bolivia y Perú.

etapa de crecimiento y con el tiempo se volverá mucho más competitivo. Como ecosistema necesitamos impulsar el comercio electrónico, para que sea bien recibido por el mercado. ¿Cómo lo haremos? Hablando sobre compra segura por Internet, dando facilidades de pago o financiamiento, estrechando alianzas estratégicas, entre muchas sorpresas más.

7. ¿Se arrepiente de algo en su trayectoria profesional?

Creo que lo importante es poner el foco en aprender de los errores y desafíos. Algo que he aprendido es que hay que ser capaz de tomar riesgos. No castigamos a nadie por equivocarse, mientras el riesgo sea ya asumido conscientemente y dejé un aprendizaje. Por ello, resolver problemas, desafiarlo intelectualmente y tener la disposición para aprender vuelve a Despegar.com un lugar atractivo para trabajar. En ese sentido, no me arrepiento de nada y agradezco el poder haber aprendido durante todo este camino.

"Como líder de una agencia de viajes online el principal reto es impulsar la sinergia entre el turismo y el comercio electrónico, generando confianza en los usuarios".