### Anexo B

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nombre** | Guido Lavalle, Ricardo I. | | |
| **Posición / Compañía** | CEO, Stratexecutives | | |
| **Información de la**  **Compañía** (*e.j.* Página Web y Perfil) | Stratexecutives.com | | |
| **Teléfono celular de contacto** | +54 9 221 5933330 | **Email:** | riglav@gmail.com |
| **Biografía oficial del Expositor –** a ser incluida en los materiales del evento (Por favor incluya una foto en formato JPEG) | **Ricardo GUIDO LAVALLE** es egresado de la fac. De Cs. Exactas de la UNLP, analista de computación.  Ha trabajado inicialmente en desarrollo de software, luego en gestión de proyectos de tecnología, evolucionando para la gestión de programas, entre otros de Desarrollo Internacional, en Buenos Aires, Rio de Janeiro y São Paulo. Ha trabajado en Brasil para Petrobras, Vale do Rio Doce y Cisco.  Actualmente conduce Stratexecutives, LLC, una empresa de coaching y consultoría internacional en grandes proyectos, rescate de programas y formación de equipos de intervención. Desarrolla una práctica orientada a la gestión de la complejidad con foco en las personas, a través de talleres participativos.  Ha certificado PMP y PgMP. Fué council member de la International Development CoP, y ha sido panel reviewer voluntario en distinciones del PMI.  Su blog “Mind The Gap” ([*gap-baseddelivery.com*](http://gap-baseddelivery.com/)) trata sobre temas de ejecución de la estrategia y gestión de programas y proyectos..  Vive en La Plata, Argentina, y en Rio de Janeiro. | | |
| **Presentaciones Previas. Experiencia en presentaciones y charlas** | 3 en PMI La Plata  3 en PMIBA más PMI cono sur 2016 en PMIBA  2 en PMI Rio  Seminario en UCA, 2016 | | |
| **Experiencia en**  **Investigación** |  | | |
| **Experiencia en Docencia** | En “Sistemas de Información”, Fac Cs Exactas de la UNLP, 7 años  En diversos cursos profesionales, seminarios y talleres | | |
| **Experiencia Laboral** |  | | |
| **Experiencia**  **Laboral/Social** | Unos 35 años | | |

### Información de la Presentación

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Sesión** |  | X | Sesión Keynote ([Duración min) 40 min  Caso de Éxito ([Duración min)  Taller ([Duración min) |
|  |
|  |
|  |
| **Título de la**  **Presentación**  (Max. 8 palabras) | Navegando la brecha: Formas participativas de diseño y ejecución estratégica | | |
| **Resumen**  (Max. 1800 caracteres incluídos espacios) | Las tasas consistentes sobre fracaso y problemas en proyectos complejos ya no pueden ser disimuladas. Las iniciativas de cambio organizacional tienen un promedio de 30% de éxito, el 46% del vcalor esperado de las iniciativas no se obtiene.  Las formas derivadas del taylorismo (management, mejores prácticas) encuentran su Némesis cuando la gente, simplemente, se rehúsa a ser excluída de lois problemas.  Aparecen las formas “participativas”, obviamente antipáticas para las formas corporativas, acostumbradas al control y a no delegar poder.  Llega, sin embargo, un momento en que las organizaciones deben decidir si atacan sus problemas con formas apropiadas o seguir con sistemas inefectivos.  Las formas participativas NO SON alternativas a las formas del “management”, sino que refieren a dominios de problema diferentes. O sea, la historia de las manzanas y las peras. | | |
| **Objetivos de Aprendizaje/Áreas de aplicación relacionadas a**  **Dirección de**  **Proyectos** | *-Entender el dominio de aplicación de las formas participativas*  *-Entender los principios básicos para diseño de formas Participativas*  *-Ver ejemplos de su aplicación*  *Videos vinculados*   * Video de cierre Seis Miles: https://youtu.be/qw2Z4A01WK0 * Video-guía protocolos: <https://youtu.be/XQVTjBYnUXE> * Equipos de intervención: <https://youtu.be/-aNxQRV0ICc>   *En caso el Paper sea seleccionado, no se permitirá desviaciones de los objetivos aquí definidos* | | |
| **Solicitudes**  **especiales** | *Retroproyector* | | |
| **Nivel de Audiencia** | *Responsabes de la ejecución de la estrategia*  *Personal en el área de formulación estratégica*  *GPs* | | |

Es un requisito fundamental completar todos los ítems (salvo que se indique lo contrario).

Una vez completada la información deberá enviar el formulario teniendo en cuenta las fechas indicadas en el punto 11 del Anexo A.

Le estamos muy agradecidos por su interés.

### PMIBA www.pmi.org.ar