

Serie de entrevistas.

---

**Líderes que marcan la diferencia, 2025.**



## Daniela Medioli

**Vicepresidente del Grupo SADA**

Siempre buscando la mejor eficiencia y con la mirada puesta en la transformación de la cultura organizacional, Daniela es hoy vicepresidenta del Grupo SADA, responsable de diferentes áreas estratégicas y atendiendo a más de 30 empresas del Grupo.



Encuentra **Daniela Medioli** en LinkedIn

## **P** Cuéntenos sobre su trayectoria profesional hacia roles de liderazgo y qué la dio forma.

Soy licenciada en Ciencias Sociales, con títulos de postgrado y cursos de negocios. Ingresé a Grupo SADA en 2011 y asumí una posición de liderazgo en 2016, luego de trabajar en diversas áreas como contraloría y proyectos estratégicos. En 2015 lideré la creación de un centro de servicios compartidos (CSC), que resultó en la estructuración de áreas corporativas. Este proyecto me proporcionó una mayor legitimidad como accionista y líder.

Siempre he buscado transformar la cultura organizacional, principalmente con el fin de profesionalizar la gestión del grupo y mejorar la eficiencia. Mi trabajo se centró en consolidar estructuras e implementar innovaciones, asegurando el crecimiento y transformación del modelo de gestión. Luego de consolidar las áreas corporativas, migré al área de transporte y logística, donde fui vicepresidente y trabajé en la transformación cultural y tecnológica de la vertical.

Actualmente me estoy preparando para un posible papel como sucesora de la presidencia del grupo. Este año regresé a las áreas corporativas, asumiendo responsabilidades en varias áreas estratégicas, como legal, financiera, gestión de personas, tecnología, gobierno, sostenibilidad y obras, al servicio de las más de 30 empresas del Grupo SADA

**// Buscamos crear espacios donde las personas se sientan libres para cometer errores. Porque, si no hay libertad para el error, no hay lugar para la innovación.**

## **P** ¿Cómo ha evolucionado su estilo de liderazgo? ¿Cómo promueve la evolución de su equipo de liderazgo?

En el escenario empresarial actual, es imposible asentarse en cualquier puesto, ya que el entorno cambia constantemente, ya sea por cambios tecnológicos o nuevos modelos de negocio. Por lo tanto, es esencial crear un entorno propicio para la innovación, con un fuerte enfoque en el capital humano, ya que la complejidad de los desafíos siempre aumenta. La estabilidad de los equipos y del liderazgo de SADA a lo largo de 40 años fue, en gran medida, resultado del contexto de la época. Hoy nos enfrentamos a un nuevo escenario, con una juventud inquieta que ingresa al mercado laboral, dispuesta a enfrentar los desafíos de un mundo que cambia a una velocidad sin precedentes. Como mencioné antes, el grupo adoptó un modelo más de mando y control. Sin embargo, valoro mucho más un ambiente de intercambios, soluciones compartidas, objetivos claros y una cultura de resultados fuerte, que también sea respetuosa. Invertimos en un sólido programa de integridad, promovemos la diversidad y buscamos crear espacios donde las personas se sientan libres para cometer errores. Porque, si no hay libertad para el error, no hay lugar para la innovación.

Al ser un grupo familiar, podemos actuar más rápidamente en muchos aspectos. Valoramos la gobernanza ágil, los líderes proactivos y los entornos de intercambio constante, con rituales bien establecidos. Muchas de las soluciones que desarrollamos provienen de múltiples perspectivas: tecnología, ingeniería, productividad, calidad y finanzas. Cuantos más puntos de vista pongamos sobre la mesa, mejores serán nuestras soluciones. También valoramos a los líderes que tienen una visión holística y abierta, porque, con las diferentes verticales de negocios que tenemos, es necesario que el líder disfrute de ambientes diversos, desafiantes y, al mismo tiempo, estimulantes. Otro aspecto importante es la convivencia intergeneracional. Creemos en dar espacio y oportunidades a los profesionales internos, invirtiendo en formación, pero también en traer talento del mercado para renovar y fortalecer nuestro negocio.





## **P** Según su propia experiencia, ¿cuáles son los principales factores críticos de éxito para un viaje de transformación cultural en la empresa?

El cambio cultural es un proceso gradual. No se puede esperar transformar una cultura de la noche a la mañana, ni siquiera en uno o dos años. Las transformaciones más profundas y duraderas requieren al menos cinco años. SADA, con sus 48 años de historia, está viviendo una importante transición estructural. En ocasiones intenté acelerar este proceso, pero pronto me di cuenta de que no funcionaba. Entendí que es más eficaz avanzar con pasos lentos pero sólidos que intentar imponer una transformación a cualquier precio, con medidas punitivas.

Creo firmemente en una transformación cultural basada en valores. Es fundamental saber hacia dónde se quiere llegar, definir claramente qué se quiere ser y respetar el ritmo de la organización en este camino. Esto incluye a los líderes, que tienen su propio tiempo para adaptarse y desarrollar las habilidades necesarias para mantenerse al día con los cambios. Es un proceso continuo de evolución, buscando siempre mejoras para alcanzar los objetivos.

**//** **Creo firmemente en una transformación cultural basada en valores.**

Para mí, la herramienta de transformación más poderosa es el ejemplo. Los líderes que practican lo que predicán son esenciales no sólo para transformar una empresa, sino también para generar un impacto positivo en la sociedad. Invertir en desarrollo de líderes, mejorar sus habilidades y alinearlas con los valores organizacionales, es fundamental para este proceso.

Con la implementación de dss<sup>+</sup>, por ejemplo, trabajamos para crear una cultura operativa segura. Antes nuestra prioridad era servir al cliente a cualquier precio; ahora buscamos hacerlo bien, más y mejor, pero sin comprometer la salud y seguridad de nuestros empleados. Incluso aprendimos a decir "no" al cliente, cuando las condiciones no eran favorables, resaltando que no aceptaremos comprometer nuestros valores y principios. Este es un verdadero cambio de la cultura.

Siempre me he preocupado por respetar la realidad de la empresa y proponer soluciones viables y aplicables. En definitiva, para marcar realmente la diferencia es necesario tener una definición clara de tus valores, entender hacia dónde quieres llegar, respetar el ritmo de la empresa y valorar una transformación sólida, aunque sea más lento.

P

## ¿Qué factores considera a la hora de contratar consultoría externa para apoyar esta jornada de transformación cultural?

El primer punto que consideramos a la hora de contratar una consultoría es tener muy claro nuestro objetivo tangible, que tras agotar nuestras posibilidades y habilidades internas, necesitamos ayuda. A la hora de elegir una consultoría es muy importante que tenga una referencia, buscar una consultoría que tenga proyectos e historias positivas con empresas con las que trabajamos y admiramos. Además, en sintonía con la empresa, ya que hay consultorías de súper renombre en el mercado, pero no coinciden con nuestra cultura. Es necesario contar con una consultoría que capture su esencia, que no venga con una solución lista para usar. Los proyectos deben tener un aspecto práctico, para no quedarse solo en el papel, es necesario identificar qué se reflejará en la práctica y qué generará valor.

En el caso de dss<sup>+</sup>, el principal valor que buscábamos era tener una cultura de seguridad fortalecida en la organización, sumando a nuestros líderes y a nuestros empleados una cultura de operar de manera segura. Otro punto, aunque no es nuestro objetivo final, es que creemos que a lo largo de esta jornada también podremos mejorar nuestra productividad operativa, porque sé que esto ya ha sucedido en varias otras empresas donde ha trabajado dss<sup>+</sup>.

Otro punto a la hora de elegir una consultoría es buscar una consultoría que tenga un método de utillaje y deje este utillaje dentro de la empresa. Debe ser una consultoría que actúe como socio, que quiera contribuir a la generación de valor y, además, consolidar su marca y reputación en el mercado, porque procesos bien ejecutados alimentan nuevos proyectos. Realmente creo en la asociación entre dss<sup>+</sup> y Grupo SADA, vemos mucho valor y ha sido una asociación exitosa. Nuestra evolución es clara, y dss<sup>+</sup> es una consultoría que cumple muchos de los valores que comentaba, que es formar al equipo interno, dar herramientas, tener buenas referencias, tener una reputación y ser directo y sincero.

**A la hora de elegir una consultoría es muy importante que tenga una referencia, buscar una consultoría que tenga proyectos e historias positivas con empresas con las que trabajamos y admiramos.**



dss<sup>+</sup>



**// Tengo un cariño especial por un proyecto que se ha convertido en un área: la responsabilidad social y la sostenibilidad.**

**P Esta serie trata sobre líderes que marcan la diferencia. ¿Qué iniciativa o acción ha tomado en su carrera que marcó la diferencia y de la que se siente más orgullosa?**

Estoy muy orgullosa de la creación de las áreas corporativas, modelo en el que siempre he creído. Este modelo elevó nuestro nivel de madurez y permitió avances significativos en varios frentes. Hoy, el grupo es ampliamente reconocido, especialmente en Minas Gerais, como una excelente empresa para trabajar. En áreas como Personas y Tecnología, por ejemplo, obtuvimos premios y reconocimientos en el mercado, además de comentarios positivos de nuestros clientes y un enfoque proactivo en las entregas. Estos resultados son reflejo de nuestro compromiso por valorar el aspecto humano, en un contexto donde retener el talento es cada vez más desafiante.

No puedo dejar de destacar la sinergia generada en las áreas operativas de transporte y logística, además del proceso de sucesión del liderazgo, que aportó gran valor tanto a nivel interno como para nuestros clientes.

El cambio de modelo de gestión, con la introducción de direcciones regionales y gerentes que supervisan varias bases, fue un esfuerzo exitoso que trajo resultados positivos.

Tengo un cariño especial por un proyecto que se ha convertido en un área: la responsabilidad social y la sostenibilidad. El Grupo SADA siempre ha tenido un fuerte papel social, que siempre ha formado parte de nuestro ADN. Sin embargo, las acciones fueron dispersas, sin una identidad clara. Hace unos años, con el apoyo de talentos internos, formalizamos esta área, y hoy contamos con un equipo premiado, con proyectos de voluntariado y una serie de iniciativas impactante. Estoy muy orgullosa de los líderes que consolidaron y lideraron estos proyectos. Hoy contamos con un equipo excepcional que hace todo esto posible.

**dss<sup>+</sup>**

Protect. Transform. Sustain.

[linkedin.com/company/consultdss](https://www.linkedin.com/company/consultdss)



[x.com/consultdss](https://x.com/consultdss)



[youtube.com/consultdss](https://www.youtube.com/consultdss)



[instagram.com/consultdss](https://www.instagram.com/consultdss)



[www.consultdss.com/es](https://www.consultdss.com/es)

