

- ¿Cómo se clasifican los trabajadores de las empresas?
- La importancia de construir planes de talento para impulsar el negocio
- Se acabaron los comunicadores
- ¿Y sí humanizamos el comercio internacional?
- ¿El amanecer de una economía libre de fricción? Dell Technologies presenta su más reciente estudio "El Futuro de la Economía"
- Colombia: segundo país de la región con más gerentes de innovación
- Conoce los 4 pasos más efectivos para lograr retroalimentación de tus propias Finanzas Personales
- ¿Por qué hablamos tanto de 5G?
- Ser paciente como el bambú japonés
- Pensamientos absurdos de los seres
- Zona de cuento: Notas sobre Martín Fierro



Gabriel Alzate Tobón

# Transformación Digital

Nota sobre Martín Fierro Por: Iván Darío Muñoz Uribe

## Repensar la educación

Estuve en un colegio público dando una conferencia sobre liderazgo a un grupo de cien jóvenes próximos a terminar esta etapa de sus estudios. Los rostros en general denotaban la falta de calidad de la educación sumada a lo extenuante de cumplir más de once años en un sistema educativo que luego los arroja a la calle sin ningún tipo de oportunidades reales. Digo reales porque los gobiernos, local y nacional, se esfuerzan en crear sofismas de distracción que se quedan en el discurso.

Tres preguntas fueron recurrentes: ¿para qué debemos estar durante tantos años metidos en una institución educativa para darnos mala educación y luego arrojarnos al desempleo? ¿Si hemos de permanecer tanto tiempo en el sistema educativo, sería posible que nos den una educación de talla mundial? ¿Si no nos pueden dar mejor educación, por lo menos podría ser la mitad del tiempo?

No nos engañemos. La educación básica en Latinoamérica es deficiente y mal diseñada. La cantidad de cosas inútiles o no pertinentes que les dan a los muchachos es impresionante. Los docentes, en una buena cantidad mediocres nombrados por los votos que ponen en las campañas políticas, no dan la talla de lo que el futuro necesita y lo que logran es que los jóvenes terminen odiando la lectura y las matemáticas, los dos pilares de un aprendizaje competente. Y el sistema se encarga de castrar y eliminar las competencias individuales de los jóvenes al manejarlos como una masa tonta. Además, la educación se ha convertido en un negocio, tanto en los primeros niveles como en la educación técnica y la educación superior, en la que la prioridad es mantener al estudiante pagando las mensualidades y los semestres. Me basta con ver el ejemplo de Audacity.com, institución creada, producida y avalada por las mismas empresas y que es capaz de reducir el tiempo de estudio en la formación de un ingeniero a una quinta parte de lo que una universidad ofrece.

Si en realidad queremos ser competitivos, es hora de repensar el sistema educativo. Que los estudiantes permanezcan menos tiempo en las instituciones y que durante este, el nivel educativo sea intenso y orientado a la construcción de futuro.

Piense por un momento: ¿Qué cosas recuerda usted de lo que le enseñaron en el colegio? Lo que no recuerde es porque realmente fue una educación inútil.

Por supuesto, esta posición tendrá sus detractores. Espero que así sea. Pues las evidencias de la mediocridad de los docentes y del sistema, lamentablemente, son los estudiantes. Estamos desperdiciando los talentos y las capacidades de los jóvenes y luego les negamos la posibilidad de desarrollar su verdadero potencial. Recuerde, la educación en la clave del futuro.

**G. M. Wilson**  
Director



Mireya Bernal Mayorga  
Editora  
Producción:  
supublicista.com

Revista académica de formación de la Alta Gerencia. - Una publicación para el mundo empresarial dirigida a quienes se suscriban por internet.  
Las opiniones expresadas son responsabilidad de sus autores.

# Taller de Entrenamiento - Workshop -

# Calidez en el servicio

El calor humano  
como factor de  
atención al cliente

En un mundo  
donde los productos y servicios  
cada vez se parecen más,  
el trato que un cliente recibe  
de la persona que le atiende,  
marca la diferencia.

## Información

Fecha: jueves 1 de agosto de 2019 – Medellín – Antioquia

Lugar: Mi Hotel San Diego Calle. 31 No. 43-90, Medellín, Antioquia

Hora: 2:00 p.m. a 6.00 p.m.

Valor de la Inscripción: \$380.000

Inscripciones: [escueladelservicio@une.net.co](mailto:escueladelservicio@une.net.co)

Informes: +57 3136245253

[escueladelservicio.com](http://escueladelservicio.com)



# ¿Cómo se clasifican los trabajadores de las empresas?

Por: Richard Bliss R [blissolo@une.net.co](mailto:blissolo@une.net.co)

*Un estudio realizado por los investigadores del Kingston Business School del Reino Unido y publicado por Harvard Business Review, Kerstin Alfes, Chris Rees y Mark Gatenby en ocho empresas y cubriendo 180.000 empleados condujo a clasificar a los empleados en cuatro grandes grupos e identificaron formas eficaces en que las firmas han personalizado los programas.*

4

**S**us hallazgos condujeron a trabajadores más comprometidos, quienes a su vez se desempeñan mejor, son más leales, presentan menos incapacidades médicas, tienen menos tendencias a renunciar de su empleo y disfrutan de una mejor salud y bienestar personal.

Mi motivación para Usted, es invitarlo a reconocer a sus subordinados directos, en las cuatro clases del estudio.

## **PILOTOS DEL GRAND PRIX.**

Es la primera gran clase. Casi siempre fuertemente comprometidos con sus trabajos, son empleados ideales la mayor parte del tiempo, pero están sometidos a un gran problema : tienden a agotarse. Es tal el esfuerzo, que se cansan fácilmente.

**DESAFÍO :** Es preciso evitar que lleven demasiada carga, especialmente en los proyectos que han iniciado.

**MEJORES PRÁCTICAS:** La empresa surafricana "Nampak Plastic Europe", hace el esfuerzo de repartir el trabajo equitativamente entre los miembros del equipo y establece

cronogramas de entrega solo con aportes de las personas que deben cumplir con los plazos. "Amey" empresa del Reino Unido, especializado en servicios de soporte, comenzó ofreciéndoles a los trabajadores talleres del manejo del estrés, organizó torneos deportivos y dirigió campañas de salud.

**RESULTADOS :** Cerca de un año después de incapacidades médicas cayeron de 9,6 a 7,1 días (por debajo del promedio nacional), las renuncias cayeron del 13% al 7% y las nuevas contrataciones por recomendaciones de los empleados subieron del 5% al 10%.

## **GARROCHISTAS**

Están fuertemente comprometidos, pero sus episodios de compromiso son menos frecuentes que aquellos de los Pilotos del Grand Prix. Los Garrochistas sólo se energizan con ciertos aspectos de su trabajo, por ejemplo en cerrar un acuerdo importante.

**DESAFÍO:** Se tiene que buscar obtener lo máximo de su entusiasmo intermitente.

**MEJOR PRÁCTICA:** “Amey” ha creado una red que la llama “Engagement Champions” (Campeones del Compromiso) e involucra a más de 150 empleados.

**RESULTADOS:** La participación de los empleados en la red, que promueve compromiso en toda la empresa, alienta a los garrochistas a profundizar y ampliar su involucramiento con todas las iniciativas de la firma.

### **CORREDORES DE FONDO:**

Son confiables y constantes, pero menos comprometidos que los pilotos de Grand Prix y los Saltadores de Garrocha (cuando estos están comprometidos).

**DESAFÍO:** Mantenerlos comprometidos y aumentar su compromiso.

**MEJOR PRÁCTICA:** “Mace Group” firma consultora y de construcción del Reino Unido, se enfoca en el diseño del cargo, particularmente en la creación de proyectos interesantes, desafiantes y variados para el personal. Mace también ha intensificado sus actividades de RSC en respuesta a las inquietudes de los empleados, pues la empresa no hacía lo suficiente por la comunidad.

**RESULTADOS:** Ahora da tiempo a las personas durante la jornada para ser voluntarias en los colegios de la comunidad.

### **MEDIOCRES:**

Rara vez están comprometidos y nunca en demasía. De hecho, pueden desinteresarse

activamente, es decir, ser negativos y hostiles y desmotivar a sus colegas.

**DESAFÍO:** Revertir los sentimientos negativos y fomentar el compromiso.

**MEJOR PRÁCTICA:** “Nampak” implementó una serie de programas de reconocimiento visible para comprometer a este grupo.

**RESULTADO:** Luego de la comparación de encuestas, la empresa considera haber reducido a los mediocres del 13% a 7% dentro de su personal.

### **Amigos empresarios:**

Es posible que usted conozca los cinco principios para aumentar el compromiso del empleado, a saber: a) mantener permanentemente informadas a las personas que hacen parte de su empresa. Usted no se imagina cuánto gana, si sus empleados saben lo que usted piensa, lo que usted proyecta, los resultados que se van obteniendo y que TODOS conozcan las metas proyectadas; b) escuchar siempre a todos y en todo momento, no olvidando que muchas veces la respuesta clara y necesaria, se obtiene en la base; c) establecer objetivos claros, fácilmente digeribles por todos los empleados de la empresa. Es preciso comprometerlos a todos; d) hacer compenetrar al individuo con el cargo, buscando siempre un individuo con competencias para ocupar un cargo, y e) crear un trabajo significativo y digno para los empleados.

A pesar de que estos principios o tácticas de manejo brindan una buena base, las

empresas también deberían adaptar los programas de compromiso para llegar a las diferentes clases de trabajadores.

¿Usted sabe identificar cuáles y cuántos de sus empleados, están identificados en algunas de las cuatro clases de estudio?

El estudio culmina dictaminando entre las ocho empresas estudiadas y los 180.000 empleados, las cuatro clases porcentualmente se clasifican así:

Pilotos de Grand Prix	43%
Garrochistas	14%

Fondistas	10%
Mediocres	33%

**Mi recomendación:** Luche SIEMPRE por involucrar a los GARROCHISTAS de su personal, en su propio y personal manejo. Busque a toda costa ganárselos porque si logra un máximo de compromiso eliminándoles su intermitencia, Usted está ganado!

Manos a la obra !

<https://hbr.org/2010/03/engaging-the-pole-vaulters-on-your-staff>

6



**Una visión diferente...**

**Un proceso paso a paso...**

**Una oportunidad para entender...**

**Y una oportunidad para cambiar su vida.**

**¡Actúe ahora!**

**Libro en pdf**

Solicítelo en

escueladelservicio@une.net.co

## La importancia de construir planes de talento para impulsar el negocio

*Meta4 presenta los principales aspectos a tener en cuenta a la hora de poner en marcha políticas de RRHH orientadas a mejorar los resultados del negocio.*

**E**n un mercado caracterizado por la volatilidad, la incertidumbre y por una competencia cada vez más feroz, resulta vital la capacidad de reacción de las empresas y su habilidad para reengancharse a los cambios vertiginosos que suceden alrededor. Para conseguir superar estos retos, hay un elemento que resulta clave: las personas.

Bajo este contexto, las compañías son cada vez más conscientes de la importancia clave que ocupa el talento en sus organizaciones y, los desafíos que los CEOs plantean a RRHH se tornan más exigentes.

De acuerdo a la publicación “Reescribiendo las reglas para la era digital” publicada por Deloitte, el 93% de las compañías reconocieron que deben cambiar su estrategia para atraer y retener talento mientras que el 72% de los CEOs citaron la disponibilidad, adquisición, desarrollo y retención del talento clave, como elementos primordiales para poder encarar los desafíos a los que sus compañías se enfrentan.

Las áreas de RRHH se encuentran en una situación privilegiada para mejorar su posición corporativa afrontando nuevos retos y una nueva realidad. El replanteo de procesos clave tales como atracción y selección del talento, gestión del desempeño

y desarrollo de planes de talento requieren cambios significativos que impacten de manera positiva a la organización. Es así como, en un nuevo escenario influenciado por la [digitalización y las nuevas tecnologías](#), es imperante utilizar nuevas reglas, y es precisamente en este punto donde sondear tendencias en RRHH y determinar de qué forma pueden aplicarse a la compañía – teniendo en cuenta estrategia y cultura corporativa – cobra sentido.

Maribel Cano Fernández, Latin America Marketing Manager de Meta4 define que *“uno de los desafíos más importantes para las organizaciones, será incorporar las prácticas relacionadas a colocar al empleado en el centro de la estrategia, además de que considerar lo que los colaboradores piensan y perciben es un factor importante. La actitud, aptitud, desarrollo y motivación del capital humano tienen un alto impacto en el negocio y configura otra vertiente de la actividad de RRHH”*.

Las áreas de RRHH enfrentan cambios disruptivos impulsados por las tecnologías digitales y los mapas de tendencias configurados a partir de diversos estudios sobre Capital Humano disponibles en el mercado. Acciones enfocadas a potenciar los planes de desarrollo de los empleados con bases en employee centricity, employee

experience, modelos de carrera y aprendizaje, entre otros, se vuelven determinantes para generar valor agregado y lograr una ventaja competitiva para la organización.

Aspectos tales como el análisis de grandes volúmenes de datos y la generación de ratios y predicciones son fundamentales para aplicar de forma correcta estas nuevas estrategias por lo que el uso de soluciones tecnológicas debe apoyar e impulsar a RRHH en esta labor.

**¿Por dónde empiezo a construir planes de talento para impulsar el negocio?** *Sitúa a tus profesionales en el centro de la Gestión:* a partir de información clave y fiable, define tu propuesta de valor como empleador y personaliza la gestión de tus colaboradores, fomentando su participación en iniciativas de RH y asegurando una conexión entre esas iniciativas con las demandas y necesidades de empleados y negocio.

*Genera una experiencia de empleado única y de calidad:* identifica los “momentos de la verdad” de los colectivos seleccionados y plantea iniciativas y acciones para cada uno de ellos con el fin de mejorar el compromiso de los empleados alineando de forma flexible sus anhelos y expectativas con las necesidades de la compañía.

*Potencia, implementa y gestiona nuevas organizaciones y modelos de trabajo:* Analiza la estructura organizativa actual y estudia opciones alternativas beneficiosas, planteando movimientos organizativos que maximicen el uso de las capacidades a nivel local y global o inclusive, ordenando y gestionando opciones profesionales alternativas (freelancers, movilidad horizontal, etc.)

*Rentabiliza los datos y la información que tienes:* contar con una solución tecnológica colabora a proveer información clave y de calidad para equipos de planificación y estrategia mientras que genera datos necesarios para construir modelos predictivos avanzados.

*Sienta las bases para llevar a cabo una gestión del talento avanzada:* identifica tu momento organizativo y las capacidades clave de cada uno de tus empleados para configurar planes de talento que permitan mantener a los colaboradores motivados y comprometidos con el proyecto empresarial. Además, identifica el nivel de capacidades para el desarrollo de la organización y los profesionales, confeccionando a partir de aquí planes y acciones grupales e individuales.

## Sobre meta<sup>4</sup>

Meta4, con 1,300 clientes en 100 países, gestiona a más de 18 millones de personas en todo el mundo. Desde su centro de I+D+i ubicado en España (Madrid) desarrolla aplicaciones de Recursos Humanos capaces de cubrir las necesidades locales y globales de todo tipo de organizaciones.

Las soluciones Cloud de Meta4 proporcionan a los profesionales de Recursos Humanos la tecnología más innovadora con la mejor experiencia de usuario para gestionar el ciclo completo de sus empleados, desde la Nómina y Administración de Personal hasta la Gestión Global del Talento. Una solución integrada que aprovecha las ventajas de la nube para responder a todos los retos de gestión del Capital Humano, incrementando la productividad y eficiencia de las empresas. Más información: [www.meta4.com.ar](http://www.meta4.com.ar)

# Se acabaron los comunicadores

*En una sesión con estudiantes a los cuales les estábamos haciendo una prueba vocacional, les hablamos de diferentes profesiones y todo iba bien hasta que hablamos de los comunicadores profesionales. Les aterró.*

**B**aje la mirada y en realidad me puse muy triste. Yo amo mi profesión. Claro, no puedo tapar el sol con un dedo y debo consentir en que la profesión en realidad se volvió cosmética, menospreciada y mal pagada y que los comunicadores que conozco viven en una burbuja y poco hacen realmente por recuperar el prestigio profesional.

Me senté y empecé a hablarles esforzándome por mantener la calma. Cómo se entiende que mientras las empresas más grandes del mundo fortalezcan sus unidades de comunicación, para la mediana, la pequeña y la microempresa en Latinoamérica, el comunicador o es una cara bonita o es un productor de medios o no tienen el cargo. Es cierto, se acabaron los comunicadores.

Esta es una de las razones por las cuales las empresas grandes son cada vez más grandes y las subdesarrolladas tienen pocas posibilidades de salir de allí. Si usted quiere analizar qué tan buena es la gerencia de una empresa, empiece por preguntar si tienen comunicador o no.

Si bien las comunicaciones tienen muchas dimensiones, sólo algunas de ellas se trabajan y tienen doliente, no obstante las dimensiones clave, en su mayoría están abandonadas.

Las líneas en las cuales se mueve la comunicación son fáciles de entender. Hay

una comunicación gerencial, comunicación organizacional, comunicaciones de mercadeo y comercial y publicitaria, comunicaciones de medios y tecnológicas, comunicación de gestión humana, comunicación comunitaria, relaciones públicas, lobby, comunicación de eventos, protocolo y etiqueta, comunicación sindical, comunicación financiera y comunicación solidaria, entre otras tantas y para cada una de ellas hay personas, no necesariamente profesionales, cumpliendo la tarea. Especialmente porque la función real hace tiempo no se enseña. Era obvio que el campo laboral se tenía que reducir drásticamente.

## ¿Para qué sirve realmente un profesional de la comunicación?

A riesgo de ser muy procaz y minimalista – espero que mi amigo Uriel Sánchez no se enoje – debo decir que la comunicación cubre una dimensión compleja que le da sustento a la existencia institucional en la mente de sus públicos objetivo.

Hace treinta años cuando estaba en la universidad, hablábamos de si bien la esencia de la comunicación es la puesta en “común” de los conceptos, la manera de operacionalizar esa tarea era con tres funciones (entre otras tantas que se han sumado): formar, informar y entretener, lo que ha generado muchas críticas, sobre todo cuando no se hace bien. Por una parte se ha confundido la comunicación educacional que

es la nuestra con la comunicación educativa que corresponde a los procesos de enseñanza y aprendizaje de los planes de capacitación o de las comunicaciones de las instituciones educativas. La comunicación educacional es otra cosa. La tarea de informar no es realmente comunicación, pues la información es unidireccional y la comunicación es bi o multidireccional. Es por eso, que un periodista no es, por definición, un comunicador. Y casi todo se ha vuelto entretener. Nos hemos vuelto cuenteros y cuentachistes, sobre todo en las redes sociales y le llamamos a eso "marketing de contenidos".

### **La comunicación sirve para que nos amen**

Usted ya lo entendió. Nuestra tarea es la comunicación educacional. Pero ¿Eso qué es? Quienes saben de mercadeo saben que el tema del "posicionamiento de marca", valga la reiteración, ya está muy posicionado. Es una tarea de las comunicaciones de mercadeo. No obstante, no es suficiente. Empecemos por aquí: debemos entender la comunicación educacional como "procesos pedagógicos de posicionamiento ideológico institucional y comercial". Una especie de "Terapia Cognitiva Conductual - Masiva". Claro, esta es la escuela de Bernays.

La comunicación "normal" genera opinión pública. El mercadeo genera recordación de marca, sin embargo, es la comunicación educacional la que va más allá y se inmiscuye en los conceptos que las personas tienen sobre el bien y el mal, sobre lo bueno o malo de una institución.

A esto, en relaciones públicas lo conocemos como "concepto público" y se consolida como la "confianza".

Y es allí donde radica el pecado de los comunicadores. Primero, esto ya no lo enseñan. Segundo es complejo, tercero, si bien los beneficios son superlativamente altos frente al costo, requiere inversión y cuarto, es muy complejo de medir. Tienen por qué acabarse los comunicadores en la pequeña y mediana empresa y tiene por qué ser una herramienta poderosa para empresas poderosas. Piense en Nike.

Todavía así, quedamos algunos pocos de la vieja guardia quienes sabemos qué es y cómo se hace. Sabemos cómo inmiscuirnos en los procesos y procedimientos transversales de una organización para realizar nuestra tarea de manera sutil y sin generar mayores costos. Sabemos cómo integrar las dimensiones de la comunicación, el mercadeo, la publicidad, las relaciones públicas, el servicio al cliente, las ventas y la gestión humana, en su nivel estratégico e intervenir en su nivel táctico para construir las acciones que posibiliten los "procesos pedagógicos de posicionamiento ideológico institucional y comercial".

No basta la publicidad, el buen servicio y los buenos productos para que los clientes y los empleados se enamoren y se comprometan con la empresa. Ese sentido de pertenencia no surge silvestre y se construye con una estrategia, claro... de comunicación.

A esto me he dedicado toda mi vida profesional y siempre me he maravillado del poder de este tipo de comunicación. Estoy muy enamorado de mi profesión y no me imagino hacer otra cosa, aunque en el mercado laboral no sepan realmente qué es, en las universidades no se enseñe y sea tan mal pago o ya no exista el cargo en muchas organizaciones. 

# ¿Y sí humanizamos el comercio internacional?

*En las economías emergentes se están asegurando de implementar escáneres no intrusivos para evitar daños a la mercancía, se están adoptando diversos software para agilizar operaciones de importaciones y exportaciones, se están ampliando las vías, y mejorando la infraestructura, en muchos casos con dos fines, uno de ellos, es para poder aprovechar de forma más eficiente los tratados de libre comercio y acuerdos comerciales y en el otro caso, para mejor los datos reflejados en índices como el de Desempeño Logístico, medido por el Banco Mundial, cada dos años.*

11



Angélica Herrera Muñoz. Ph.D

incluyen aspectos relacionados con la humanización de los funcionarios, escasea la concientización de los colaboradores de puertos, navieras, oficinas de tramites de registros fitosanitarios o zoonosanitarios, de aduanas, transportadores, etc. cuyo componente es vital para lograr un efectivo y sostenible intercambio comercial.

A lo largo de varios años en los que como consultora y cliente he participado del comercio exterior y el comercio internacional de Colombia y otros países, he evidenciado la carencia de humanidad a la hora de realizar operaciones relacionadas con esta profesión, donde muchos funcionarios entorpecen la fluidez de las exportaciones y cada mala decisión de ellos, tiene un fuerte impacto, que quizá no alcanzan a dimensionar. Cuando hay negligencia en vistos buenos o perdida deliberada de tiempo en algún punto de la cadena de suministro, ocasionada por los intermediarios, esto se refleja en mayores costos para el exportador o importador, que se transfieren claramente al cliente final, incurriendo en pagos extra de bodegajes, costos más altos de fletes, sin contar malas prácticas éticas.

**M**uchas políticas comerciales de los diversos gobiernos se enfocan en reestructuraciones que sean tecnológicamente más productivas, donde se optimicen los tiempos, entre otras variables, sin embargo en los planes de trabajo a corto plazo, no se

Este artículo busca concientizar a quienes aún no se percatan de que cada decisión en el comercio internacional cuesta dinero, reputación de una marca, pérdida de clientes, entre otros aspectos. Si cada funcionario hiciera con pasión su trabajo, si cada colaborador se pusiera en los zapatos del cliente y tratará de dar menos problemas y más soluciones, si fuesen más éticos, si se tomarán menos personal diversas situaciones, si trataran como seres humanos a quienes los contactan, en lugar de verlos como un número más, si se cambiará la forma en que se trata a los usuarios, seguro que dicha humanización haría que el comercio fluyera, y que más personas amaran esta maravillosa profesión.

Más que tener títulos universitarios, años de experiencia, etc., desde mi perspectiva, siento que hacen falta más personas que puedan comunicarse asertivamente, que estén dispuestas a dar la milla extra, es decir a hacer más del trabajo que les corresponde, personas que sonrían, que tengan actitud de servicio, personas proactivas, respetuosas de las normas, con inteligencia emocional para manejar diversas situaciones y por supuesto con valores morales, éticos, es decir más profesionales con integridad y coherencia.

Por todo lo anterior, estoy segura que necesitamos una nueva generación de personas dispuestas a dar el 100% en todo lo que hacen, personas con mejor actitud, compromiso, por supuesto que comparto que se apoye la implementación de tecnologías, pero éstas serán un complemento, pues de nada sirve tener en

un país los mejores equipos, infraestructura, software, si las personas que lideran las operaciones no tienen objetivos comunes para ir en la misma sintonía de crecimiento de los empresarios y el estado.

La labor de humanizar el comercio internacional no es sólo de las empresas, también las universidades deben incluir en sus planes de estudios lineamientos para preparar profesionales integrales, pues son ellos quienes saldrán a ocupar cargos relevantes en entidades públicas y privadas, además también serán docentes y emprendedores, por lo que se torna urgente sincronizar el papel de la universidad, la empresa y el estado, generando así, cambios para impactar el comercio internacional en todos sus ámbitos.

### **Angélica Herrera Muñoz. Ph.D**

International Business Manager – Coex Group Sas

Presidente Ejecutiva – Red Latinoamericana de Conferencistas RLC.

Conferencista Internacional, Docente, Mentora y escritora.

**Email:** [gerencia@coex.co](mailto:gerencia@coex.co) / [presidencia@coex.co](mailto:presidencia@coex.co)

**WA:** +573214722334

**Instagram:** [angelica.herrera2](https://www.instagram.com/angelica.herrera2)

**Facebook:** [AngelicaHerreraConferencista](https://www.facebook.com/AngelicaHerreraConferencista)

**Twitter:** [@angelicaspeaker](https://twitter.com/angelicaspeaker)

**Linked in:**

<https://www.linkedin.com/in/ang%C3%A9lica-herrera-mu%C3%B1oz-ph-d-21829a2a/>

## ¿El amanecer de una economía libre de fricción? Dell Technologies presenta su más reciente estudio “El Futuro de la Economía”



### Por Marcela Perilla, Vice President Commercial Sales Latin America Dell EMC

**E**l enfoque de Dell Technologies siempre ha sido potencializar el progreso humano. Hoy estamos avanzando más rápido que nunca debido a las leyes de la física, el 5G, la multiplicación de las tecnologías emergentes, generaciones de nativos digitales y lugares de trabajo que han comenzado a innovar con software y ahora quieren más: más potencia de procesamiento, más datos y más oportunidades de avance. Una cifra impactante que anticipa el futuro es que hoy, el 82% de los líderes empresariales esperan ver equipos integrados de personas y máquinas trabajando dentro de sus organizaciones dentro de los próximos cinco años (1).

Somos conscientes que los pasos que demos hoy sentarán las bases para el mañana. Por este motivo, en alianza con Institute for the Future (ITFF), hemos desarrollado una investigación que consta de tres entregas, para instruir y capacitar a las organizaciones en el futuro digital. Nos hemos propuesto explorar el impacto que las

tecnologías emergentes tendrán en la economía para el año 2030, en donde los investigadores pronostican que las tecnologías emergentes y las asociaciones hombre-máquina transformarán la economía, eliminarán las antiguas fricciones e introducirán nuevas formas de hacer negocios y crear valor. En el estudio se entrevistaron 4.600 líderes empresariales, de más de 40 países, que aportaron su perspectiva sobre el futuro digital.

La primera entrega, ha sido llamada “El Futuro de la Economía” y este es un breve repaso de los pronósticos para 2030.

#### Cinco tecnologías que configuran el futuro económico

La economía del año 2030 se basará en las innovaciones técnicas que emergen de los laboratorios actuales, los emprendimientos y las empresas de tecnología. Estas tecnologías madurarán y proliferarán durante la próxima década, cada una con el potencial de generar

cambios importantes. Combinadas, estas tecnologías habilitarán cambios a gran escala en la economía mundial.

- **5G y 6G:** En 2030, el 5G será común y emergerán los estándares del 6G. Estas tecnologías ofrecerán conectividad inalámbrica hiper-rápida, eliminando virtualmente los retrasos en la red, haciendo de esta una red eficaz de bajo consumo de energía y baja latencia para autenticar a los usuarios.
- **IoT (Internet of Things):** Generará información de datos poderosa para anticipar mejor las necesidades del cliente. A medida que se lleva a cabo esta tarea, obtendremos capacidades sin precedentes para coordinar las redes de máquinas y personas para llevar a cabo el trabajo.
- **Inteligencia Artificial:** Transformará todo, desde la creación de productos dirigidos hasta autenticaciones rápidas y una mejor toma de decisiones. Los modelos de predicción determinarán rápidamente el posible comportamiento fraudulento y crearán recomendaciones personalizadas para los clientes.
- **Blockchain:** Proporcionará un mecanismo de almacenamiento de datos transparente e inmutable, lo que permite que todas las partes tengan acceso objetivamente a los datos de transacciones.
- **Criptomonedas:** En el futuro, los ciudadanos pueden potenciarse mediante el paso a monedas privadas y más estables. Será una alternativa de pago global, que es menos propensa al fraude y se resolverá de inmediato (2).

### **Cambiando hacia la economía del 2030.**

Las tecnologías están transformando muchos de los fundamentos del comercio y la producción, así como el desmantelamiento de las barreras de la participación económica. Principalmente se

identificaron tres cambios clave que impulsarán el progreso en todo el mundo:

#### **A. Comercio autónomo: Las máquinas como consumidores.**

70%

**de líderes empresariales darían la bienvenida a personas que se asocian con máquinas / robots para superar nuestras limitaciones humanas (3).**

Las máquinas evolucionarán hacia los consumidores. Utilizarán una combinación de sensores, software e inteligencia artificial para evaluar las necesidades de las personas a quienes atienden.

El cambio de las máquinas, desde herramientas no conectadas hasta consumidores, será profundo. Los avances en los libros de contabilidad inteligentes distribuidos y la inteligencia artificial (AI) permitirán a las máquinas realizar tareas humanas. De igual forma, los objetos inteligentes compran y comparan productos basados en la calidad y el costo, como hacen los humanos. Las máquinas de lavandería negociarán con otros dispositivos para priorizar el uso de agua caliente, detectar problemas de mantenimiento e incluso establecer relación con contratistas locales para resolver los problemas, si es necesario.

#### **B. Producción anticipatoria: Demanda sobre la marcha**

77%

**de los líderes empresariales utilizarán tecnología emergente para predecir la demanda de los clientes (4).**

La fabricación bajo demanda se convertirá en la norma. La tecnología nos permitirá convertir los defectos en mejoras en tiempo real en función de los comentarios y la predicción de los clientes. Se democratizará la innovación y se eliminarán las barreras para crear y comercializar productos. Seremos testigos del auge de la "creación de

meta": personas con recursos limitados que fabrican y comercializan sus productos a una audiencia global.

### C. Economías de leapfrog (salto hacia adelante): Desbloqueo de oportunidades inclusivas

**54%** de los encuestados consideran que en los mercados emergentes se realizarían más transacciones a través de blockchain (en comparación con el 41% en los mercados desarrollados (5)).

**43%** de los líderes de negocios encuestados por Dell Technologies en mercados emergentes esperan utilizar criptomonedas, en comparación con aquellos en los mercados desarrollados (32 %) (6).

Los avances técnicos permitirán la evolución de las economías más pequeñas en todo el mundo, dejando prácticamente de lado los sistemas antiguos y obsoletos.

La tecnología emergente ayudará a las economías menos desarrolladas a superar a otras con infraestructuras antiguas ofreciendo nuevas formas de crear valor e ir al mercado. Los libros de contabilidad distribuidos facultarán a los marginados para documentar sus identidades y participar en la economía formal. Podría surgir un nuevo orden mundial más inclusivo.

### Preparándose para una economía libre de fricción

Todavía hay muchos obstáculos que superar para lograr una economía libre de fricciones para el año 2030. Las mayores oportunidades provendrán de romper los silos y abordar tanto los desafíos como las oportunidades teniendo en cuenta las colaboraciones más amplias. Aprovechar al máximo las oportunidades de 2030 dependerá de que los individuos y las organizaciones naveguen preguntas difíciles, a menudo sin solución.

Al involucrarse con estos difíciles dilemas ahora, los líderes empresariales y cívicos pueden trabajar

juntos para compensar algunos de los problemas. A continuación, se presentan algunos dilemas que requerirán navegación continua:

- **Privacidad de datos:** El 74 % de los líderes encuestados etiquetan la privacidad como una preocupación social urgente. Los datos están creciendo exponencialmente y en esa misma medida, crecen los riesgos (7).
- **Seguridad:** Es la segunda preocupación de los líderes con un 73%. Tecnologías innovadoras como IoT y AI podrían llevar a ataques más inteligentes y dirigidos. Criminales podrán duplicar la cantidad de vulneraciones de datos y robos de identidad cada 15 meses.
- **Relación humanos-máquinas:** El 44 % de los empresarios piensa que debe haber una mayor regulación sobre las formas en que se puede utilizar la inteligencia artificial en el futuro. Existen desafíos, como el sesgo en la IA y las fallas en el rendimiento del vehículo autónomo.
- **Confianza y transparencia:** La confianza será crítica para evaluar el negocio. Casi la mitad de encuestados (49 %) cree que su organización se esforzará por demostrar que es digna de confianza en los próximos 5 años (8).
- **Gobierno corporativo:** Las nuevas capacidades requerirán nuevas formas de supervisión. La tecnología puede y será explotada. Es necesario mitigar esto a través de chequeos y balances.
- **Creación de empleo y educación:** La tecnología puede crear tantos empleos como reemplazar. La automatización puede eliminar y crear puestos de trabajo, al mismo tiempo. Debemos educarnos y entrenarnos para que todos podamos prosperar en este futuro digital.
- **Medioambiente:** El aumento de la fabricación puede aumentar nuestro

impacto ambiental. Es fundamental implementar tecnologías emergentes que permitan una producción que le apunte a una estrategia macro de sostenibilidad.

Nuestra investigación ha demostrado que la tecnología tiene el potencial de volver a dibujar nuestra economía para el 2030. Sin embargo, una economía libre de fricciones no está garantizada. Para realizar estas previsiones, las organizaciones deberán sentar las bases de su futuro digital hoy.

### **Acerca de Institute For The Future**

Institute for the Future (IFTF) está celebrando su aniversario n° 50 como la organización de futuros estratégicos sin fines de lucro líder en el mundo. El eje principal de nuestro trabajo consiste en identificar las discontinuidades emergentes que transformarán la sociedad y el mercado globales. Proporcionamos a las organizaciones información valiosa sobre la estrategia de negocios, el proceso de diseño, la innovación y los dilemas sociales. Nuestra investigación abarca un amplio territorio de tendencias profundamente transformadoras, desde los servicios de salud hasta la tecnología, el lugar de trabajo y la identidad humana. IFTF tiene su sede en Palo Alto, California. Para obtener más información, visite [www.iftf.org](http://www.iftf.org).

### **Acerca de Dell Technologies**

Dell Technologies es una familia de negocios única que proporciona la infraestructura esencial para que las organizaciones construyan su futuro digital, transformen la TI y protejan su recurso más importante: la información. La empresa ofrece servicios a clientes en 180 países, lo que

incluye el 99 % de la lista Fortune 500 y también consumidores individuales, con el portafolio más integral e innovador del sector, del edge al core y a la nube.

### **Acerca de esta Investigación**

Dell Technologies se ha asociado con el grupo de investigación de futuros independiente IFTF para explorar cómo las tecnologías emergentes cambiarán nuestra economía en la próxima década. La investigación se basa en la colaboración de las organizaciones en 2017, cuando IFTF sintetizó las opiniones informadas de 20 expertos de todo el mundo y pronosticó la "próxima era de asociaciones entre los humanos y las máquinas". Un año después, IFTF proyectó la forma en que una nueva dinámica entre el hombre y la máquina transformará nuestra economía en el año 2030.

*© 2019 Institute for the Future para Dell Technologies. Todos los derechos reservados. Todas las marcas comerciales incluidas/utilizadas en este documento pertenecen a sus respectivos propietarios. SR-1940*

1. Fuente: [Realizing 2030: Una visión dividida del futuro](#).
2. Fuente: Estudio global con 4600 líderes empresariales en más de 40 países, realizado por Vanson Bourne.
- 3, 4, 5, 6, 7, 8. Investigación de Dell Technologies, "Índice de transformación digital", realizada por Vanson Bourne, trabajo de campo completado en agosto de 2018: [www.delltechnologies.com/DTIndex](http://www.delltechnologies.com/DTIndex)

Si usted presta servicios de consultoría, invierta en generar conocimiento para sus clientes.

Ayudará a que el mercado, su mercado mejore.

Entre más cualificados sean los empresarios y gerentes mayor entendimiento habrá de lo que es el trabajo de un consultor.



## Colombia: segundo país de la región con más gerentes de innovación

*De acuerdo con un análisis realizado por la consultora Olivia, nuestro país se ubica sólo detrás de México en Latinoamérica respecto de la cantidad de profesionales que hoy cumplen roles en gerencias de innovación, posición clave en el marco de la economía digital.*

**O**livia ([www.olivia-la.com](http://www.olivia-la.com)), consultora especializada en transformación organizacional e innovación, realizó un análisis sobre datos registrados en la red social para profesionales LinkedIn, que detectó que Colombia es el segundo país hispanoparlante de Latinoamérica con más gerentes de innovación registrados en ella: 14.353 profesionales especializados. La cifra es superada sólo por México (18.512) y está por encima de las registradas en Chile (13.409), Perú (8.923) y Argentina (6.353).

Uno de los sectores con mayor influencia en la implementación de innovación en el mercado local es el empresarial, evidente en el resultado del mencionado análisis. Las compañías han comenzado a pensar de manera exponencial, a dejar de lado los modelos tradicionales y a cambiar su cultura organizacional para reinventar el negocio y evolucionar. En el caso particular de Colombia, se observa un impulso hacia la inversión en investigación, desarrollo e innovación en el sector público, tal como lo prueban algunos anuncios recientes como la creación del Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación y el Centro Regional para la Cuarta Revolución Industrial en Medellín. Visto así, no es casual que Colombia esté entre los cinco países más innovadores de América Latina según Global Innovation Index 2018, junto con México y Chile que también trabajan de manera similar.

“Las industrias colombianas han puesto dentro de sus agendas estratégicas la adquisición de otras compañías innovadoras o la creación de sus propios departamentos dedicados a la investigación y el desarrollo como la mejor fórmula para no perder terreno. Las decisiones

gerenciales y la contratación de talento que aporte en este aspecto son imperativas para las organizaciones y el país está viendo los primeros resultados”, indicó Gabriel Weinstein, Socio y Director de Innovación de Olivia.

“Existe hoy la tendencia a dejar de ver a la innovación como una instancia aislada en el tiempo para, ahora, ser considerada como un trabajo constante y sostenido a largo plazo. Esto explica de alguna manera la creación de oficinas de innovación y la necesidad de tener un conjunto de colaboradores que apoyen el proceso”, señala Weinstein. “El trabajo que estas áreas tienen por delante incrementará la demanda de consultoría de valor agregado en el mercado colombiano, bajo el principio de que la ventana de oportunidad para generar un diferencial competitivo tiene un valor estratégico para el crecimiento del negocio, donde el cambio cultural es una pieza clave en los procesos de innovación” concluye.

### Acerca de Olivia

Olivia es una empresa de consultoría centrada en procesos de transformación organizacional, con foco en las personas. Sustentada en una metodología única y guiada por los pilares de la innovación y la diferenciación a través de la cultura, Olivia lleva adelante proyectos de alta complejidad para distintos clientes entre los que se destacan las principales compañías de Latinoamérica líderes en sus segmentos e industrias.

Olivia está formada por una red de profesionales comprometidos con el propósito de transformar el mundo, organización por organización.

Para más información, visite [www.olivia-la.com](http://www.olivia-la.com)

## Conoce los 4 pasos más efectivos para lograr retroalimentación de tus propias Finanzas Personales

Por: Jairo Antonio Forero Estrada  
Entrenador Financiero Personal y/o Familiar  
www.jairoforero.com

La mayoría de empresarios o ejecutivos de diferentes compañías que son muy bien remunerados por parte de la organización donde se desempeñan, y al recibir ingresos superiores al promedio logran sentir la satisfacción de vivir en estabilidad financiera personal. Muestra de ello, su nivel de calidad de vida aumenta conforme a los ingresos disfrutando del bienestar que han logrado. Sin embargo, hay otros que, como lo publique en el libro: "[Caras Vemos, Deudas no sabemos](#)", son aquellos que aparentemente disfrutaban de la Calidad de Vida sin embargo sienten y saben que el dinero no les rinde.

He podido notar la gran brecha que existe entre la excelencia de grandes ejecutivos al producir y administrar para otros, y la falta de interés y compromiso al administrar los recursos de su empresa inmediata que se llama **la familia**.

Cuando las parejas o familias eligen el camino de la Calidad de vida, desconociendo la cifra exacta que para ellos representa su libertad financiera, se pagan precios de diferentes formas, siendo una de ellas las discusiones de puertas para adentro en casa, con temas como: las cuotas que no se han pagado, nuevas deudas que aparecen por ahí, llamadas de acreedores, estrés financiero, cuentas incontrolables, secretos financieros y en casos extremos pero reales, llegan al límite de un divorcio o las enfermedades.

Definitivamente **lo que no se mide, no se controla y esto pasa mucho en las finanzas familiares**.

En las empresas existen las evaluaciones de desempeño, las cuales permiten monitorear el desarrollo del individuo dentro del entorno laboral. En el caso de las familias y puntualmente con las finanzas domésticas, **la carencia de un sistema de retroalimentación**, basado en resultados, no permite que se evidencien fallas y se pueda tomar acción inmediata en pro del presupuesto familiar.

En algunos casos, se podría interpretar la presentación de impuestos anuales como un método de retroalimentación financiera personal, sin embargo, es un ejercicio que se realiza una vez al año y comúnmente es delegado al profesional de contaduría. De esta manera muchos declarantes desconocen o no se han familiarizado con su situación financiera actual y más aún desconocen las acciones que deben implementar para el siguiente año. Y entonces, ¿Cómo miden y controlan las finanzas aquellas familias que no presentan Declaración de Renta?

Según Marshal Goldsmith, en su libro "Disparadores", el arte de recibir retroalimentación de manera permanente es fundamental para generar los cambios que necesitamos. Por lo tanto, el no tener

retroalimentación hará que todo siga igual o que se desconozca que hay temas financieros por abordar en casa y acciones que se pueden tomar de manera preventiva. El ciclo sugerido por Goldsmith habla de cuatro pasos, los cuales aplicaré a las finanzas personales y/o familiares así:

### 1. Prueba cómo están tus finanzas actualmente:

El tener un presupuesto familiar es saludable, reitero, lo que no se mide, no se puede controlar. El llevar las cuentas de la casa “A ojo de buen cubero” crea un abismo entre la realidad mental y la realidad actual, **es una práctica de riesgo para las finanzas de la familia**. Datos claros que debes tener periódicamente en tu mesa de noche o en el estudio de tu casa son:

- Total de ingresos (Incluyendo dineros extras que se reciben esporádicamente).
- Total de Gastos (Clasificados entre lo que realmente la familia necesita y lo que la familia quiere es decir: necesidades, gustos y deseos.)
- Valor del Patrimonio (Incluyendo todas las cosas que puedes vender y monetizar en caso de emergencias financieras).

Listado de deudas, incluyendo capital, abonos mensuales y tasa de interés efectiva anual. [La Deudometría](#) es un sistema fundamental de retroalimentación, aplicable para toda persona que tiene deudas en cualquier cantidad.

- Listado de ahorros e inversiones (Registrando la tasa de interés y fechas pago o de seguimiento a tus inversiones).

### 2. Da la relevancia a tu diagnóstico financiero.

Establece un corte para revisar tus cuentas familiares o personales, al menos trimestral. El tener en claro, documentado y actualizado el total de los ingresos así como el total los gastos y la diferencia entre los dos, esto te arroja tu CashFlow.

Puede variar mes a mes. Los números te muestran cómo es tu situación financiera actual y hacia dónde te diriges en los próximos meses. Apropiarse y darle la relevancia al tema financiero familiar y personal **hará que tu estilo de vida esté alineado a tu situación financiera actual**.

Realizar tu diagnóstico financiero te tomará tan solo unos minutos muy beneficiosos para entender si estás en proceso de sanidad financiera o de libertad financiera.

Para ello he diseñado un sorprendente [diagnóstico financiero 360°](#) que te permitirá saber tu propio índice financiero y además comprender por qué obtienes dicho resultado. Este diagnóstico financiero 360° es como si te subieras a una báscula inteligente que te revela tu peso y ciertas cifras claves que te dan una luz para que puedas mejorar tu peso y tu salud.

### 3. Evalúa posibles consecuencias.

Simular posibles escenarios tanto para el Cash Flow positivo como el negativo, lograr proyectarlo al semestre, al año o a los próximos 5 años, te mostrará de manera más concreta lo que puede pasar con las finanzas de tu familia, si

sigues haciendo lo mismo que hoy estás haciendo, bien sea gastando, pagando deudas, ahorrando e invirtiendo. **Las consecuencias financieras van de la mano con tus relaciones, salud y tu bienestar.** La mente inmediatista algunas veces opaca la mente futurista y es clave dar el espacio a las dos de manera equilibrada.

En el módulo llamado “Abre tus Ojos” del software para pago de Deudas que hemos creado, nuestros alumnos reciben una proyección en minutos de lo que pasará el resto de sus vidas con respecto a las deudas, intereses y préstamos en caso de que no se tome acción en el presente.

#### 4. Toma acciones inmediatas preventivas y/o correctivas

Después de lo anterior, lo idóneo es tener una reunión familiar, donde todos en casa conozcan el escenario financiero actual. Preséntalo con toda la sensatez del caso. Con base en cifras concretas, una lluvia de ideas para definir las acciones de mejora a implementar, puede ser una gran estrategia para que sea un proceso incluyente. Si eres soltero, es ideal que también realices estos cuatro pasos de modo frecuente. Busca una persona de tu familia o un amigo con mejores resultados que los tuyos, el cual, de

modo objetivo, participe en tu proceso de retroalimentación.

Finalmente, la práctica de este modelo de cuatros pasos de modo cíclico, es decir que después de tomar decisiones inmediatas, es clave volver a evidenciar pruebas y seguir la secuencia.

Recordemos que: El dinero es movimiento. Las tasas de interés bancaria cambian con frecuencia, la inflación también, los gastos varían de acuerdo con la dinámica familiar. El secreto es medir periódicamente, tanto así que Goldsmith compara la fotosíntesis como un ciclo de retroalimentación entre las plantas y su entorno, lo cual se hace a diario.

En el caso de nuestros alumnos, ellos realizan el diagnóstico financiero 360° una vez al mes. Definitivamente recibir retroalimentación es de valientes. Tu realidad mental te puede decir que las cosas están muy bien, o caso opuesto, te puedes estar sintiendo que las cosas van por mal camino.

Acudir a comparar tu realidad mental con tu realidad actual, basados en resultados, te llevará a tomar acciones inmediatas que te conduzcan a la mejora y a vivir en la Paz Financiera que tanto has deseado.

#### Entrenamos a sus grupos directivos

##### Programa de Entrenamiento Integral de Directivos

Diplomado 120 horas

- Pensamiento estratégico gerencial
- Pensamiento estratégico comercial
- Liderazgo
- Innovación
- Creatividad
- Diseño de Productos y Servicios
- Comunicación
- Relaciones Públicas
- Mercadeo
- Publicidad
- Ventas
- Servicio al Cliente





## ¿Por qué hablamos tanto de 5G?

*En la actualidad, aunque a algunos puedan parecerles exageradas las expectativas que existen sobre las redes de quinta generación (5G) por parte de la industria de las telecomunicaciones, los analistas y la prensa especializada; lo cierto es que esta nueva tecnología dejará sentir su efecto tanto a nivel de mercado como a nivel de aplicaciones, generando una transformación en los servicios móviles que hoy conocemos. De hecho, muchos de los cambios que se podrán ver cuando la 5G alcance su plenitud, serán tan importantes, que es probable que todo que se ha hablado hasta hoy del tema se queden cortos.*



**Por Helio Durigan  
Vicepresidente Corporativo de  
Ingeniería Furukawa Electric LatAm**

Lo primero que parece pertinente decir sobre 5G es que su velocidad de transmisión de datos será, efectivamente, uno de sus aspectos más relevantes. Puesto que, esto permitirá que se pase de los actuales 50 Megabits por segundo de la red de cuarta generación (4G) a velocidades que sobrepasarán los 10 gigabits por segundo (eventualmente, a un máximo de 20 Gbps).

Este sólo hecho ya representa una nueva experiencia para los usuarios, sin embargo, 5G tiene otras cualidades que harán surgir una serie de nuevas aplicaciones, y una de ellas es su baja latencia, concepto que se refiere al tiempo de desfase existente entre la conexión de un dispositivo con un servidor.

Actualmente, en las redes 4G implementadas ese tiempo fluctúa entre los 10 y los 100 milisegundos, lo que se reduciría a 4 milisegundos; pudiendo incluso llegar a 1 milisegundo o menos de latencia (tiempo que tarda en transmitirse un paquete de datos) en las redes de quinta generación.

Sumando la velocidad y la bajísima latencia, 5G permitirá que se desarrollen y masifiquen tecnologías que si bien se conocen, aún operan en forma experimental, como sucede por ejemplo con los vehículos autónomos o algunas aplicaciones de telemedicina, como las intervenciones quirúrgicas remotas, en donde ambos aspectos resultan críticos.

Asimismo, veremos el florecimiento del Video Ultra HD y la consolidación de los sistemas de Realidad Virtual, Realidad Aumentada para los videojuegos, y muchas nuevas aplicaciones basadas en Inteligencia Artificial, Robótica Industrial, Minería; y en todo lo relacionado con la consolidación de la Internet de las Cosas (IoT).

De acuerdo a datos de la GSMA, asociación organizadora del Mobile World Congress (MWC), para el año 2025 habrá más de 1.400 millones de conexiones 5G a nivel mundial, lo que representará el 15% del total de las conexiones móviles.

Lo anterior requiere de mayor densidad de antenas, desde el punto de vista de la tecnología. Si vamos a la aplicación misma en el diario vivir, vamos a usar de manera masiva una serie de dispositivos IoT, que contendrán muchas Aplicaciones (APPs), con lo que no podremos dejar de lado la ciberseguridad.

### ¿Cómo y por dónde empezaría?

En cuanto al desarrollo y puesta en marcha comercial de 5G, deberá ser de manera paulatina en todos los mercados, puesto que las nuevas redes demandarán el uso de fibra óptica para cubrir el aumento de la densidad de las estaciones radio base; mientras que los operadores deberán también ir desplegando más antenas debido a que al transmitir en frecuencias más altas disminuye la longitud de las ondas.

Aun así, Corea del Sur se convirtió este año en el primer país en ofrecer servicios de telefonía móvil 5G en todo su territorio, mientras que en Estados Unidos, Japón, China y Australia, entre otros; estos servicios se irán masificando poco a poco en los próximos meses.

A nivel latinoamericano, México podría ser el primer país en ofrecer servicios 5G. Chile, en tanto, haría lo propio, en 2022, a nivel sudamericano, una vez que se cumplan con los

procesos de licitación respectivos del espectro radioeléctrico nacional, entre las bandas de 700 MHz y 3.500 MHz (3.5 GHz), según ha informado la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel) recientemente.

Ante este panorama, lo principal es comprender que la 5G no será un cambio radical de la noche a la mañana, pues los servicios se irán desplegando gradualmente.

Se debe entender que no se trata sólo de un aumento de la velocidad para navegar en el celular, sino que es un punto esencial para el desarrollo de los hogares y ciudades inteligentes, y que apunta a brindar redes de mayor confiabilidad para desplegar masivamente aplicaciones innovadoras, especialmente las que están relacionadas con la automatización.

Ello marcará, sin duda, un paso hacia la cuarta revolución industrial.

Por eso hablamos tanto de 5G, porque se trata del inicio de cambios radicales en nuestras ciudades y vida cotidiana, nuestros trabajos, negocios, organizaciones y servicios públicos; todo lo cual llevará a nuevas prácticas e impulsará el desarrollo económico y social de los países en el siglo XXI.

# Habilidades Avanzadas de COMUNICACIÓN

## Secretos que nunca le dirán

## Las notas de Gabriel Alzate Tobón



# Pensando en la Transformación Digital

Especialista en innovación y transformación digital, creador del modelo de transformación digital GAT  
galzate@gatdigital.co

23



### Nos transformamos o desaparecemos

Publicado el 8 de noviembre de 2017

Hemos escuchado sobre la transformación digital, hemos leído y seguro también asistido a múltiples conferencias sobre el tema, pero los líderes empresariales si están conscientes de esta nueva revolución?, es una pregunta que nos debemos hacer ya que no estamos hablando de una moda ni mucho menos una propuesta comercial de algún consultor, la transformación digital no es solo un cambio tecnológico, es un cambio a nivel de toda la organización, es un cambio de cultura, es buscar la disrupción en el producto, tener un marketing que logre atraer, vender sin intermediarios en algunas ocasiones, es vivir un servicio al consumidor siendo multicanal y omnicanal, teniendo procesos operativos más automatizados para dale más valor al talento y lograr también ser ágil frente al consumidor.

Ya son varias las empresas que han desaparecido por no ponerle atención a la nueva revolución que estamos viviendo  
(<https://elcomercio.pe/especial/zona-ejecutiva/actualidad/5-grandes-empresas-que-quebraron-dejar-innovadoras-noticia-1973092>)

Esta nueva revolución se da en todos los sectores de la economía, no importa el tamaño de las organizaciones, tendencias como la desintermediación o la economía colaborativa nos muestran cambios que nos obligan a repensar nuestros modelos de negocios, tecnologías como la inteligencia artificial, big data, robótica, impresión 3D, internet de las cosas, blockchain, etc. Están aportando a la generación de nuevos negocios así como la reinención del relacionamiento y conocimiento del consumidor.

La estrategia es fundamental para diseñar le nuevo camino, definir un rumbo, hacer un buen análisis de las tendencias y mirar de forma prospectiva nos ayudara a construir un nuevo modelo de negocio que nos ayude a ser sostenibles a futuro. Las compañías deben de hacer ejercicios prospectivos continuos para revisar donde y como deben de hacer cambios, esto no es solo una vez, la transformación es constante, la experiencia del cliente se debe mejorar en cada momento por eso los journey map son tan importantes para construir.

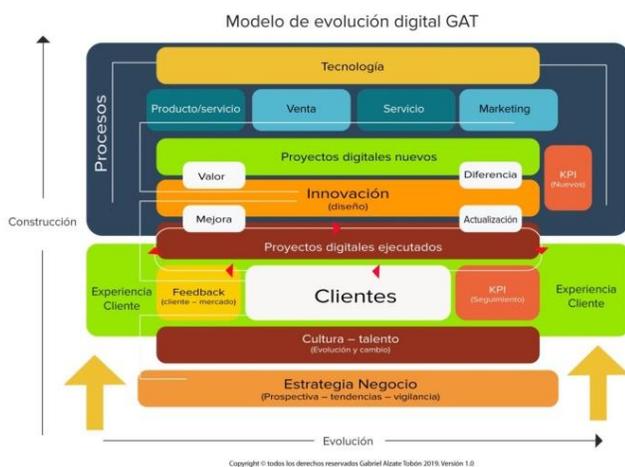
La generación de valor al consumidor así como la experiencia que el viva sea con nuestro producto o servicio serán determinantes para construir una relación duradera y una recomendación social. El valor lo mide el consumidor por eso debemos diseñar productos/servicios centrados en el cliente, revisar alianzas con terceros, hoy las StartUp son aliados para el desarrollo de nuestros modelos de negocio.

El talento es indispensable para la transformación, talento con capacidad de diseño, disruptivo, un talento que cuestione, la experiencia en digital es muy importante para apoyar a esta transformación. En algunas organizaciones están delegando el liderazgo de este proceso a personas que no vienen desde lo digital, personas que han estado en temas más convencionales que digitales y a mi forma de ver es difícil ver cambios, no solo con leer libros o asistir a conferencias es garantizar un conocimiento profundo del tema digital, creo mucho en la experiencia de las personas que llevan tiempo trabajando y explorando temas digitales.

El cambio es ya, estás preparado?

### Modelo de Evolución Digital GAT

Publicado el 18 de junio de 2019



Al terminar mi primera carrera de diseño gráfico en 1998, comienza mi historia en el mundo digital. En el 2007 conocí a dos grandes personas con las que he tenido la fortuna de investigar

sobre temas digitales, empezando con la investigación de innovación digital aplicada al mundo empresarial, la cual me ayudó a diseñar y ejecutar varios proyectos digitales en la industria de los seguros donde me encontraba laborando. En el año 2010 empezamos la investigación de economía digital o transformación digital como se empezaba a conocer por parte de profesores de MIT. Esta investigación me impulsó a diseñar el Modelo de Transformación Digital GAT (ver modelo) el cual empecé a socializar en el año 2016 con el fin de ayudar a las empresas a desarrollar de manera fundamental su proceso de transformación digital.

Continuando con la investigación de compañías a nivel mundial que empezaron su transformación digital, después de dos años de conocer sus resultados, el impacto, los desaciertos y aciertos, con una mirada profunda a su evolución, he concluido el diseño en su primera versión del Modelo de Continuidad para la Transformación Digital. Este nuevo modelo ayudará a las organizaciones a seguir implementando proyectos digitales de gran valor y adicionalmente revisar los que están en curso.

El modelo se basa en dos ejes importantes: el primero de forma horizontal en la parte inferior nos indica que debemos ser evolutivos, quiere decir que debemos estar siempre como organizaciones en pro de la evolución en nuevos retos de la organización a través de los modelos de negocio.

El segundo eje en la izquierda de abajo hacia arriba es la construcción de nuevas estrategias de modelos de negocio y diferenciación en la experiencia.

Empezando a revisar desde el punto inferior las estrategias actuales, la creación de nuevos focos estratégicos a través de ejercicios de prospectiva, revisando siempre las tendencias, es aquí donde le damos el valor al qué y al por qué de la visión, lograr la sostenibilidad de la organización y paralelamente ser diferentes en el mercado.

La siguiente fase es la cultura y talento, donde se realiza un seguimiento a la cultura que se implementó con el fin de descubrir las mejoras o cambios, revisión a la estructura y capacidades del talento, ejercicio de implementación de proyectos y su efectividad en el tiempo, medición de la organización en clima de acuerdo a su evolución en la cultura implementada. Revisar además el liderazgo en las capacidades de ejecución de proyectos y toma de decisiones y la capacidad de las células de trabajo para movilizarse y entregar el valor generado.

El centro del modelo es el Cliente (de la misma forma que en el Modelo de Transformación Digital GAT) donde debemos entender la retroalimentación que éste nos haga constantemente para revisar las mejoras o soluciones a los proyectos digitales que usa, revisar los KPI e identificar la adopción del consumidor y mercado.

A esta etapa de revisión y mejoramiento se le aplica dos pilares que son: mejora y actualización, con base en la innovación de acuerdo al insumo detectado en el cliente y la adopción del mercado.

En esta fase de Cliente, además de revisar cómo está la experiencia del cliente en cada etapa de contacto, retroalimentación para hacer las mejoras e incorporar las nuevas, debemos seguir transformando continuamente la organización para crear nuevas innovaciones que permitan el crecimiento de la compañía y su diferenciación en el mercado.

En esta etapa también se definen KPI para los nuevos proyectos y se revisan para los ya ejecutados y se define cuál de los puntos de contacto con el cliente (producto/servicio, canales de venta, servicio (atención) y marketing) se va intervenir.

El pilar de Innovación funciona tanto para los proyectos ya entregados al cliente como los nuevos, partiendo desde la generación de ideas,

las cuales pasan por un proceso de generación de valor y diferenciación. Es aquí donde se diseña cada proyecto incluido el prototipo.

El pilar de Tecnología nos ayuda a definir la herramienta tecnológica que nos habilitará las ideas definidas; desde las tendencias debemos tener claro cuales tecnologías nos pueden ayudar a habilitar una buena estrategia. Este pilar, al igual que el de Innovación permean todo el modelo ya que como habilitador se vuelve muy importante.

Este es sólo un resumen del Modelo de Continuidad para la Transformación Digital GAT. Para su implementación ya está definida la estructura de cada eje y próximamente se estará socializando a través de conferencias donde se podrá conocer más a profundidad la forma como se debe ejecutar en las organizaciones.

### La transformación digital necesita capacidades

Publicado el 13 de septiembre de 2017



Hoy se discute mucho en donde debería estar la transformación digital, quiero compartirles mi pensamiento, hace poco escribí sobre el rol del CDO (chief digital officer) pero en este artículo quiero profundizar en las responsabilidades y roles para estos nuevos cambios.

Sigo pensando que la transformación digital no es la tecnología (la tecnología es un gran habilitador y fundamental), la transformación digital está enfocada a la transformación de negocio para ser sostenibles a futuro y acoplarse a un nuevo consumidor.

En mi concepto debemos revisar lo urgente y lo importante, lo urgente como el día a día y lo importante es el pensar diferente creando disrupción para ser diferentes y sostenibles, de acuerdo a esto las compañías deben de seguir operando y generando día a día valor al cliente, para esto cuenta con sus procesos que permanentemente lo están haciendo, paralelamente se necesita un quipo (equipo digital y de innovación) pensando en nuevas oportunidades de negocios, vigilando tendencias, haciendo ejercicios de prospectiva, diseñando experiencias diferentes, ejecutando las estrategias, trabajando de la mano de cada estrategia sea marketing, producto, servicio, etc.

Trabajando de la mano de tecnología, lo que se busca es que este equipo pueda estar 100% concentrado en transformar e innovar.

El CDO debe de tener conocimiento digital, de negocio, de innovación, ser disruptivo, trabajar en equipo, ser un integrador, conocer del cliente, etc. Así como existen CMO o CIO este es un rol fundamental para la actualidad en lo que se está viviendo.

El CEO es fundamental en la transformación digital, es el líder por naturaleza pero debe de tener quien le ayude desde la ejecución y esta la cumple el equipo mencionado.

La transformación digital es continua por lo tanto esto no puede ser sólo como un proyecto de compañía, es permanente y evoluciona, he visto diferentes casos donde solo por la estructura se ha fallado en la transformación digital, hace poco un CEO me compartió su experiencia donde la transformación digital se delegó a TI y el resultado no fue el mejor, hoy esta compañía cuenta con un equipo digital – innovación en cabeza de un VP (CDO) y lograron una mejor penetración en el mercado y lo más importante su camino es sostenible a corto plazo, se preguntaran si corto plazo es poco, no, estamos en cambio constante por lo que hablar de mediano y largo plazo puede ser peligroso.

Seguro en el futuro en la madurez digital las compañías trabajen tan sincronizadas alrededor de lo digital que no necesiten de un área para centralizar este procesos, un CMO que ya piensa desde digital, un CIO que entiende más del cliente y del mercado...

Sigo pensando que la transformación digital es un tema de Personas, cultura, estrategia, cliente y tecnología, hablando en general.

## Matriz en escala para la transformación digital GAT

Publicado el 21 de abril de 2018

26



Tradicional: Empresas que están trabajando en diseñar una nueva cultura con fortalecimiento del talento; también trabajan en nuevos procesos. Esto, desde la transformación. En cuanto a la digitalización, están trabajando en la optimización de procesos operativos y de cara al cliente.

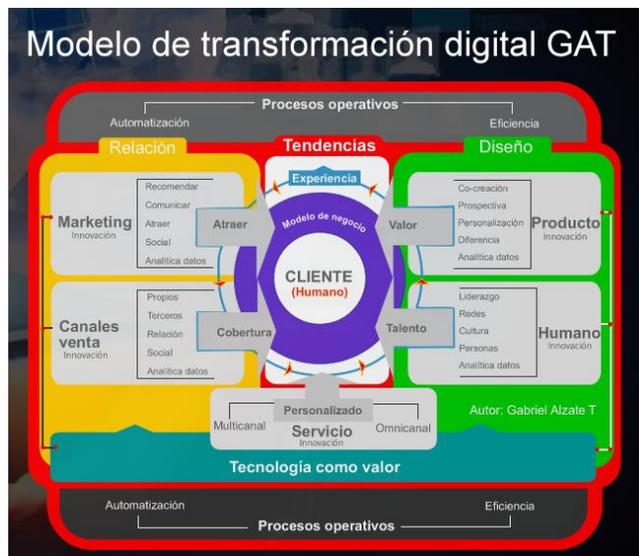
En construcción: Organizaciones con nueva cultura y el talento deseado. Procesos digitalizados en la operación y de cara al cliente; una estructura digital para dar: capacidades al diseño y ejecución, liderazgo con conocimiento digital, y digitalización de los servicios de cara al cliente para una diferenciación en el mercado.

En avance: Organizaciones que trabajan bajo una estructura digital con enfoques de generación de experiencias de clientes, diferenciales y de valor; procesos automatizados y eficientes para dar respuesta a las necesidades de los clientes. Marcan diferencia en el mercado y son compañías influenciadoras en la toma de decisiones por parte de los consumidores.

Transformando: Son organizaciones que están trabajando en la reinención del modelo de negocio, bajo la investigación de tendencias y ejercicios de prospectiva. Están evolucionando sus modelos para una sostenibilidad y adaptabilidad al mercado y sus consumidores. Son empresas que su modelo ya trabaja bajo una experiencia digital del cliente y sus procesos son óptimos en la operación así como de cara a los consumidores.

### Algunos pasos para la implementación de transformación digital

Publicado el 16 de enero de 2018



Algunas recomendaciones para implementar el modelo de transformación digital GAT en cada una de las estrategias como: humano, producto, marketing, canales de venta, servicio, procesos operativos y tecnología son:

- -Hacer un diagnóstico de cultura incluyendo las personas

- -Trabajar en cocreación con clientes y no clientes, investigar las necesidades del mercado
- -Organizar nuestros datos para poder tener información de valor que nos ayude a construir
- -Crear journey map actual, luego diseñar el nuevo journey map
- -Diseñar la estrategia del nuevo modelo de negocio, revisar tendencias y hacer prospectiva del modelo actual que permita una ideación de un modelo disruptivo
- -Diseñar transformaciones continuas que permitan la continuidad en el mercado, este punto es importante mientras se diseña el nuevo modelo de negocio
- -Vigilar las tecnologías que nos aporten a la construcción, esto se debe hacer luego de tener claro el modelo de negocio que se diseña
- -Diseñar un marketing centrado en los consumidores y así atraerlos de forma orgánica a nuestro producto
- -Diseñar nuevos canales de venta, canales que generen valor y logren ventas predictivas.
- -Diseñar un servicio con múltiples canales donde nuestro cliente pueda vivir experiencias positivas, la omnicanalidad como el centro del servicio viendo al consumidor en 360 grados.
- -Diagnosticar nuestros procesos operativos para hacerlos más automatizados, livianos y funcionales
- -Diseñar estrategias que permitan habilitar tecnologías disruptivas que encajen en las definiciones de negocio.

Cada paso que hagamos debe estar diseñado con visión de innovación, es decir, lo más importante es la generación de valor y la experiencia positiva que deben vivir nuestros clientes.

Metodologías propuestas: Embudo de valor, método de innovación, matriz de tendencias,



agendar la cita automáticamente, ofrece viajes a ciudades y a mejores precios, te muestra los mejores lugares en carretera, promociones, etc. Esta compañía seguirá innovando en sus automóviles dentro de un mismo modelo de negocio, pero con un diferencial digital.

En esta misma línea podríamos hablar de la banca, los seguros, los retail, etc. donde han trabajado mucho desde la experiencia digital del cliente.

Ahora revisemos cuando se está reinventado el producto que a su vez llega a la reinversión del modelo de negocio, siguiendo con el mismo ejemplo de esta empresa productora de automóviles. Cuando ellos hacen un ejercicio de prospectiva y revisan las tendencias, se dan cuenta que para los consumidores en algunos años el tener un carro propio no va a ser una prioridad por las múltiples opciones de transportes que van a estar en el mercado. De acuerdo con esto, diseñan su reinversión del producto en tener automóviles en lugares estratégicos donde el cliente los puede tomar a través de una APP y este cobrará los kilómetros recorridos, esta compañía pasará de vender automóviles a tener un negocio de recorrido por kilómetros reinventando su producto, algo importante es cómo no pierden su core de negocio.

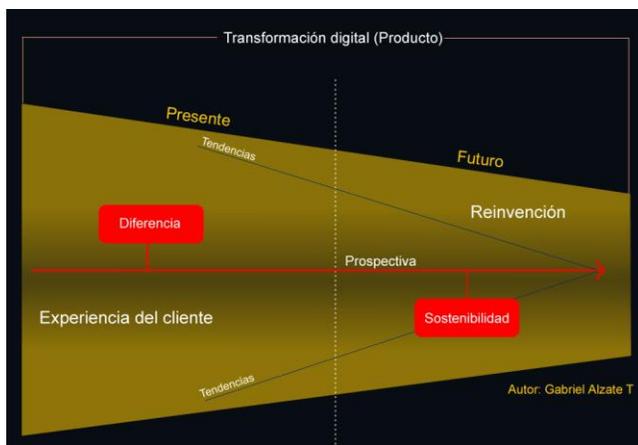
reinversión del producto. En el centro la línea donde se muestra la prospectiva y lo acompaña las tendencias, la invitación es trabajar en la experiencia del cliente, pero siempre haciendo estos ejercicios de prospectiva y tendencias para saber cuándo debemos evolucionar a la reinversión del producto que nos ayudará a la sostenibilidad de la compañía.

Para diseñar o reinventar el producto debemos trabajar con el consumidor y analizar nuestra analítica para entender los puntos claves. Hoy los productos se diseñan del consumidor hacia la organización.

### Metodología para la creación de productos o servicios digitales

Publicado el 17 de septiembre de 2017

Alguien me preguntaba por qué creaba metodologías si ya existían algunas, las he creado para ejecutar proyectos de transformación digital, las metodologías diseñadas son: Matriz de prospectiva, embudo de valor, proceso de agilísimo y innovación con valor, estas metodologías no las he creado desde cero ya que tienen elementos de otras existentes, son probadas y ajustadas en los múltiples proyectos digitales que he liderado y ejecutado en estos años.



En la anterior imagen del embudo tomado del modelo de transformación digital GAT podemos observar la experiencia del cliente y la



Innovación con valor es una metodología con elementos de design thinking, con ella se busca diseñar productos y servicios de valor hacia el consumidor que realmente estén centrados en el cliente. Esta metodología se usa cuando tenemos claro el modelo de negocio y las estrategias que se quieren implementar en este mundo digital (después de hacer el ejercicio de journey map y tener claro una ruta), I+I+D (Investigación, innovación y desarrollo) son los pasos de esta metodología para generar valor.

Partimos de las necesidades y oportunidades, con una buena analítica podemos identificar las necesidades del mercado y del consumidor, podemos identificar objetivos disruptivos que permitan tener una idea clara a donde debemos apuntar. Con este insumo empezamos a generar ideas, se entra en una etapa donde la ideación nos dará diferentes puntos del cómo, identificar las mejores ideas, sabemos que las ideas solas no generan valor, lo importante es acercarnos a una buena idea.

La generación de valor es un paso muy importante, la idea definida debe generar valor, para esto se debe analizar puntos de partida, tendencias, prospectiva, nos ayudaran a definir donde podemos tener esos elementos de valor para la idea.

La diferenciación son elementos que hacen una idea diferente en el mercado, buscar esos puntos diferenciadores que merquen una disrupción serán los que lleven al consumidor quiera el producto o servicio.

Cuando hablamos de cultura en esta metodología se refiere a investigar a quien esta dirigido este producto o servicio digital, conocer muy bien el consumidor para no perder detalles importantes que permitan una buena química y así impactar a sus necesidades, se mira cultura como el entorno del consumidor.

El desarrollo del producto es fundamental, es la ejecución de lo que se crea, para esto en esta metodología define hacer los prototipos de la idea, estos prototipos se inician en diseñarlos gráficamente para luego desarrollarlos funcionales y así poder hacer pruebas con consumidores para terminar de afinar los detalles, es muy importante validar con clientes antes de llevar el desarrollo.

En el desarrollo es donde entra TI y terceros, aquí se utiliza el agilísimo (en este caso uso la metodología de agilísimo de valor que he diseñado) para empezar hacer productos y servicios mínimos viables, en este proceso se recomiendo el constante trabajo del equipo de desarrollo y el equipo de UX (experiencia de usuario).

Por último es el ingreso al mercado, para esto se diseñan en equipo con marketing la mejor forma de hacer visible nuestro producto o servicio digital.

El feedback es el proceso que se hace continuamente para vigilar el producto o servicio en el mercado, su comportamiento, mejorar o cambiar según lo que el consumidor está diciendo o esperando.

**Gabriel Alzate T**, especialista en innovación y transformación digital, creador del modelo de transformación digital GAT, galzate@gatdigital.co



## Ser paciente como el bambú japonés



Imagen tomada de: <https://sergimateo.com/wp-content/2016/10/bambu-japones.jpg>

Debes saber que la paciencia es una de las grandes virtudes que existen, pero también una de las más difíciles de cultivar.

No puedes despertar mañana mismo y decir me convertí en una persona paciente, porque todo lleva un proceso hasta que se convierte en un hábito, y no es una excepción la paciencia.

Sabemos que debemos ser pacientes con los demás, pero todo parte de ser paciente con uno mismo, de trabajar el propio yo interior. Si no trabajamos la virtud de la paciencia, podemos ir por la vida perdiendo el control fácilmente, desesperándonos o reaccionando de manera impulsiva, lo cual nos generaría muchos problemas; obstaculizándose principalmente nuestro crecimiento personal y profesional. Particularmente yo he tomado la decisión de trabajar este hábito día a día, no he sido de las personas que sea muy impaciente o que pierda el control fácilmente, pero sí lo he hecho en algunas oportunidades pasadas; por lo tanto, es necesario mejorar nuestras debilidades para convertirlas en fortalezas personales.

Ser más paciente nos ayudará a meditar, hacer las cosas bien, visionar correctamente y, esperar con calma y con actitud activa, a que se concreten aquellas cosas extraordinarias que queremos para nuestra vida.

Existe una frase de Hugh Prather que dice: «Hay un tiempo para dejar que sucedan las cosas y un tiempo para hacer que las cosas sucedan».

Y es que todo en esta vida tiene su tiempo; tiempo para curar heridas, tiempo para esperar una respuesta, tiempo para ver los resultados de un proyecto; en el caso de los padres, tiempo para esperar grandes recompensas de sus hijos gracias a su excelente crianza y formación; y, sobre todo, tiempo para alcanzar el éxito. En todos estos casos y muchos más, la virtud de la paciencia es fundamental.

Hay una historia muy reflexiva sobre el Bambú Japonés, que nos muestra que la paciencia activa es la gran oportunidad que tenemos para realizar nuestro proceso de crecimiento interno, mientras esperamos a que se concrete algo. Te la comparto a continuación:

*«No hay que ser agricultor para saber que una buena cosecha requiere de buena semilla, buen abono y riego constante. También es obvio que quien cultiva la tierra no se impacienta frente a la semilla sembrada, hablándole con el riesgo de echarla a perder, gritándole con todas sus fuerzas: ¡Crece, por favor!*

*Hay algo muy curioso que sucede con el bambú japonés y que lo transforma en no apto para impacientes: siembras la semilla, la abonas, y te ocupas de regarla constantemente.*

*Durante los primeros meses no sucede nada apreciable. En realidad, no pasa nada con la semilla durante los primeros siete años, a tal punto que, un cultivador inexperto estaría convencido de haber comprado semillas infértiles.*

*Sin embargo, durante el séptimo año, en un período de sólo seis semanas la planta de bambú crece ¡más de 30 metros! ¿Tardó sólo seis semanas crecer? No, la verdad es que se tomó siete años y seis semanas en desarrollarse.*

*Durante los primeros siete años de aparente inactividad, este bambú estaba generando un complejo sistema de raíces que le permitirían sostener el crecimiento, que iba a tener después de siete años.*

*Sin embargo, en la vida cotidiana, muchas veces queremos encontrar soluciones rápidas y triunfos apresurados, sin entender que el éxito es simplemente resultado del crecimiento interno y que éste requiere tiempo.*

*De igual manera, es necesario entender que en muchas ocasiones estaremos frente a situaciones en las que creemos que nada está sucediendo.*

*Y esto puede ser extremadamente frustrante.*

*En esos momentos (que todos tenemos), recordar el ciclo de maduración del bambú japonés y aceptar que “en tanto no bajemos los brazos” ni abandonemos por no “ver” el resultado que esperamos, sí está sucediendo algo, dentro nuestro...*

*Estamos creciendo, madurando.*

*Quienes no se dan por vencidos, van gradual e imperceptiblemente creando los hábitos y el temple que les permitirá sostener el éxito cuando éste al fin se materialice.*

*Si no consigues lo que anhelas, no desesperes... quizá sólo estés echando raíces...» (El proceso de crecimiento interno: el bambú japonés, 2011)<sup>1</sup>.*

Bien, después de esta reflexiva historia y antes de finalizar, quiero compartir contigo una de las famosas frases de Mahatma Gandhi en relación al tema de hoy que dice: «Perder la paciencia es perder la batalla».

Así que ha ganar tu propia o propias batallas... ¡Levántate y triunfa!

Si sabes que tienes visualizadas correctamente las metas en tu vida... ¡Sé paciente!

Si sabes que estás haciendo las cosas bien... ¡Sé paciente!

Si sabes que no eres tú el o la que ha fallado... ¡Sé paciente!

Así, como quizás hemos desarrollado hábitos negativos en nuestra vida, es hora de que hagamos a la paciencia un hábito fundamental de ella. La decisión está en cada uno de nosotros. Empieza por realizar acciones positivas diarias y ejercicios de respiración que te ayudarán mucho a relajarte, tranquilizarte cuando estés impaciente y sobre todo reduciremos el estrés cuidando nuestra salud que es muy importante para lograr los objetivos y metas trazadas.

#### Referencia:

1. *El proceso de crecimiento interno: el bambú japonés*. (8 de marzo de 2011). Obtenido de David Topi Explicando el mundo que no vemos: <https://davidtopi.net/el-proceso-de-crecimiento-interno-el-bambu-japones/>

Autor: **Ronald PerzCob**

Fundador y CEO de MotivAcción al Máximo

Miembro Activo de la Red Latinoamericana de Conferencistas - RLC

Blog: <https://comunidadmam.site123.me>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/ronald-perzcob/>

Facebook: <https://www.facebook.com/RonaldPerzCob>

## Pensamientos absurdos de los seres

Vivimos en mundo donde se piensa que los seres humanos debemos ser perfectos y no nos damos cuenta de que es necesario analizar nuestras debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, que cada día debemós ser seres más humanos y menos egocéntricos creyendo que solamente el mundo gira a nuestro alrededor.

Por eso hombres y mujeres debemos aprender que necesitamos de los demás que debemos luchar día con día por ser mejores, responsables, analíticos, inteligentes, los cuales sean capaces de dar diferentes miradas sobre diversas perspectivas del mundo y de la realidad que se nos presenta.

Una buena persona no es aquella que siempre esta pisoteando a los demás creyendo que el único o única que hace las cosas bien es el o ella por eso es que a veces no se dan las cosas en nuestro país por este tipo de envidias, de creencias tan absurdas que no conducen a ningún lado, pues no importa la profesión que uno tenga, si es tecnólogo, técnico, magister o doctorado, pero también es trascendental que tengamos un buen autoestima para el desarrollo de la vida y sepamos de una u otra manera tener buenas pedagogías para ser buenos consejeros y personas que hacen las cosas con pasión, entusiasmo, interés y perseverancia logrando así dejar huellas en nuestra vida y no caer en procesos egocéntricos que lo que de una u otra manera hacen es dañar tu corazón y caer en enfermedades comó el estrés, la desconfianza hacia los otros y muchas otras razones que no están de ninguna manera bien .

**JUAN MANUEL LOZANO ZUÑIGA**

Periodista y *Licenciado Ciencias Sociales*

Cel. 3212849662 [juanma2785@gmail.com](mailto:juanma2785@gmail.com)

## Notas sobre Martín Fierro

Iván Darío Muñoz Uribe

**E**l azar de nacer, caer al mundo, vivir en la llanura casi infinita. Estar pegado a la tierra igual que los caballos y las reses, enlazar y arriar como cualquier otro gaucho, usar las boleadoras y manejar el cuchillo como arma y herramienta. No hay otra opción, ganarse la vida, trabajar rudamente, defender el honor riñendo y matando a cuchillo. ¡Destino, coraje, honor, destino coraje honor! Naturaleza, viento, parajes ricos e inhóspitos a la vez. El hombre de las pampas se harta de comida, mira la inmensidad, ambivalente le parece todo, su barriga llena no impide la angustia; los espacios inacabables revelan la propia insignificancia, allí se corre peligro, el gobierno quiere defender la frontera, necesita soldados. Fierro canta, vive realidades divergentes, no conoce nada diferente a ese ambiente, practica la trova tradicional, es su afición y fortaleza, brota su copla como manantial, rasga la guitarra y construye un mundo, sus rimas relatan una épica hermosa y vibrante, pronuncia mal las palabras y sabe que es ignorante, no siente vergüenza, se eleva por momentos como el más grande poeta, compone versos de suprema belleza, nada le envidia, por ejemplo, a Goethe.

Fierro tiene su rancho, su mujer y sus hijos. Pasa lo indeseado, sucede lo temido, están ahí los que arrían al arriero, los soldados han ido por él; lo llevan a la frontera, ¿qué le espera? ¿La vida o la muerte? No tarda en darse cuenta, todo aquello es una farsa, no defienden la frontera, trabajan en las chacras de los jefes militares; los indios arrasan sin

mayor problema, y ellos, los soldados, los persiguen cuando ya han masacrado y robado a sus anchas.

Llega el momento, hay que enfrentar a los indios en su terreno; tiene un bravo y linajudo contrincante, montado a caballo amenaza con lancearlo, gritando el nativo va a muerte contra él, se sabe por sus palabras que es valiente el trovador, sin duda ni pudor él mismo presume de ello. Vacilar o fallar un golpe es estar casi muerto. Cae el indio de un bolazo, el héroe y él están ahora mano amano, perdido está el hijo del cacique, muere y en su caballo huye su asesino, salva el fiero gaucho así su propia vida. La soldadesca es cruel e injusta, golpes se reciben de vez en cuando sin cometer falta, disciplina sin razón ni sentido formativo. Desertar, abandonar el ejercicio esclavizante por el que no pagan, volver a la familia corriendo enormes riesgos. Dicho y hecho, huyendo de la ley y del hambre se aleja de la frontera, lleno llega de esperanza a tierras conocidas. Pero la esperanza es vana, encuentra ruina y soledad, absoluto abandono y destrucción, el rancho caído, los hijos desperdigados, la mujer andando por ahí con otro. El propósito de ser más malo que cualquiera, la total inclemencia, casi una venganza contra el planeta, contra la raza humana, contra el atroz hecho de haber nacido.

Como fiera sin manada deambula por ahí Fierro, le llegan noticias de un baile y se asoma por allá, encuentra amigos, bebe, dice que extrañamente le da el licor por pelear, así

sucede, llega un negro con su negra, es presumida la mujer, el héroe le lanza un insulto encriptado, le negra entiende y se lo retorna, Fierro le dedica más coplas, todas irónicas y provocadoras; nadie se meta, les advierte a sus amigos cuando el negro se alebresta, no le da mucho trabajo, sus puñaladas le da y allí lo deja, incluso se ve tentado de darle a la mujer una tunda cuando llega llorando, brutalmente limpia el cuchillo en los yuyos y se larga. Su destino ya es matar, la muerte lo busca, a nadie le niega un duelo, listo tiene siempre el puñal. En la pulpería se reúne la gente, allí se proveen de víveres, tabaco y mate. En tal negocio descansa Fierro, allá llega un baladrón que goza buscando pleito, es pariente de un alto militar, de eso le viene su bravuconería, le ofrece un trago llamándolo cuñado, Fierro le devuelve la ofensa en su propia hermana y salen de una vez envueltos en la pelea, otro muerto se echa encima el recio gaucho, el fanfarrón viaja al otro mundo.

No está desamparado totalmente el hombre en medio de la llanura inabarcable, aunque sea un asesino perseguido por la difusa justicia. Contra una cuadrilla entera se las ve y mata otra vez a muchos, uno de ellos se pasa de su lado, lo respalda por ser un valiente, es quien será su amigo Cruz, un amigo inesperado y muy valiente. Quien antaño anduviera solo matando y defendiendo a cuchilladas su honor en milongas o ante abusivos superiores, tiene ahora un compañero con quien jugársela en tierra de indios pampas. En mal momento llegan donde los salvajes, los toman prisioneros y sólo por la intercesión de un salvador no los ejecutan. Dos años pasan incomunicados. Al fin los dejan vivir juntos. Una peste de viruela ataca a la población

indígena, mueren muchos, Fierro y Cruz ven morir al benefactor que los había salvado, luego muere el propio Cruz. Fierro entierra a su único amigo en tales desiertos, jura encontrar a sus hijos y al de su compañero, que antes de morir se lo ha encomendado.

La soledad es amarga y Fierro suele dormir sobre la tumba de su amigo. Luego vaga a caballo sin rumbo. Un lamento le llega, un llanto muy amargo, la curiosidad lo mueve, llega al lado de una mujer ensangrentada, a rebencazos la ha lacerado un indio, la mujer es cristiana, la han secuestrado con su hijito bebé y la han esclavizado, una india la pone a trabajar sin descanso e incluso la alquila mientras al niño lo amarran. Una hermana de la india muere. Acusan a la cristiana de brujería, el indio mata al bebé y tortura a la mujer. Ahí se armó la tremenda, eso dice Fierro y se enfrenta al diabólico indio que tiene un collar de dientes de cristianos que ha matado. El indio usa bolas de piedra y es hábil en su manejo. En medio de la pelea el heroico gaucho cae al suelo. Por poco se salva de un mortal bolazo en la cabeza. El indio cae sobre él y forcejean, no puede Fierro quitárselo de encima, es la mujer quien lo ayuda sacando fuerzas de su odio y su sed de justicia y venganza, de la muerte de su hijito sacó aquel impulso para ayudarlo a su salvador. Una vez en pie Fierro ya no puede perder, cuida de un bolazo a la mujer, la providencia hace que el indio resbale en los restos del bebé, el gaucho vengador lo apuñala dos veces, le corre la sangre por la cabeza pero aún no muere el indio terrible, lanza escalofriantes alaridos ya debilitado, no hay tiempo que perder, antes de que le llegue ayuda Fierro lo ensarta en su cuchillo; alzado lo lleva un trecho hasta arrojarlo muerto. Con su caballo y el del indio huye

con la mujer llevando los restos del niño muerto.

En tierra de gauchos vuelve a estar, se entera de que sus culpas han sido olvidadas, regresa y halla a sus hijos y al de Cruz, al que apodan Picardía porque su madre se llamaba Inocencia. Todos son trovadores. Martín Fierro se entera de que su mujer ha muerto. Aparece un negro y canta también sus coplas, primero sin decir mucho, luego se

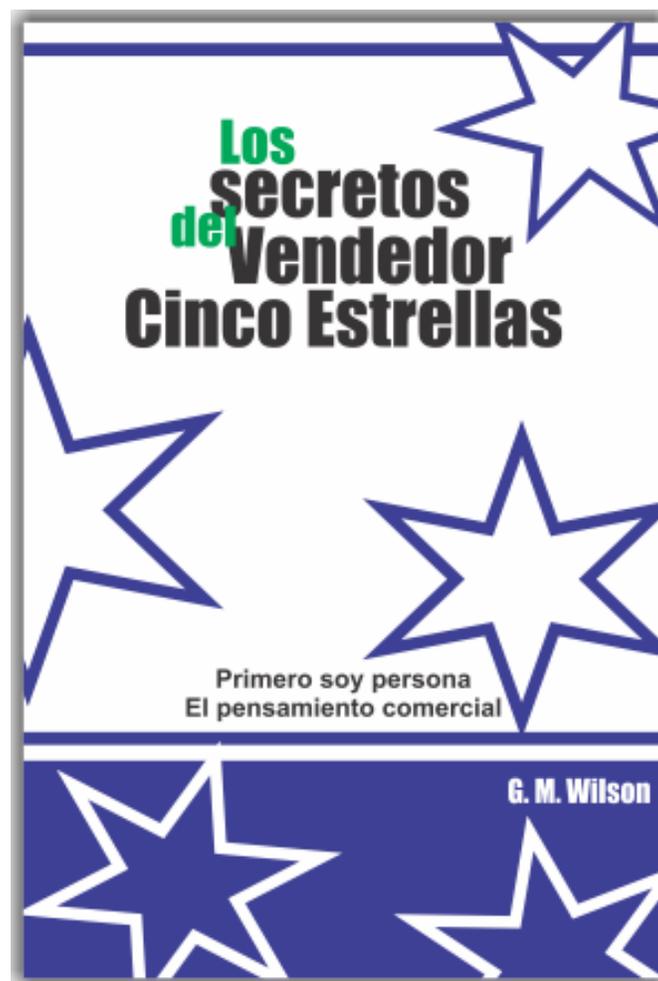
destapa, es uno de los nueve hermanos del negro que mató Fierro en el baile. El gaucho imbatido le sale al frente pero no los dejan pelear. No se da ese combate, Martín Fierro no rehúye la pelea y nadie lo derrota, como Ulises va de frente hasta el final y, sólo por mediación ajena, algún desafío que le hagan queda pendiente.

**Iván Darío Muñoz Uribe**

[unirlandesyunmason@gmail.com](mailto:unirlandesyunmason@gmail.com)

36

**Estilogerencial.com**



Libro en PDF

Solicítelo en: [escueladelservicio@une.net.co](mailto:escueladelservicio@une.net.co)