

# Los Drones llegaron para quedarse



## El camino a 5G se construye con base en la fibra óptica

4 Claves personales de éxito de un director comercial

Lo dice LaSalle: Biblioteca al campo  
Plataforma multimodal Clix  
Gobierno Corporativo en Empresas Familiares  
Destacado: Fernando Silvestre  
Historia de vida: Jorge Fernández  
Una app para pequeños restaurantes  
El impacto de la Realidad Aumentada  
Cómo implementar la ISO de forma sencilla  
Un salto cuántico en educación

**Qué fácil es hablar de ética**



Mireya Bernal Mayorga  
**Editora**

G. M. Wilson  
**Director**

**Producción:**  
advisercom.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.*

## Games of Trump's

Hace algún tiempo escribí sobre Ramsay Bolton, un personaje de Games of Thrones de extremada crueldad y, obviamente, con absoluta falta de ética y ambición de poder, un comportamiento que en realidad no es tan extraño y por eso lo denominé el "Síndrome de Ramsay Bolton". Una de las características de este personaje es su profundo sadismo materializado en los juegos que hacía con sus víctimas.

En diversas reuniones, el estilo de dirección del Presidente de Estados Unidos, Donald Trump, ha sido tema de debate y, por supuesto, regularmente, me corresponde decir lo que pienso al respecto. Lo primero, es que definitivamente, aunque parecieran ser las maniobras de un pseudo dictador, no es así, a Trump debemos verlo como lo que en realidad es un "empresario".

Lo segundo, es comprender el sentido de cada una de sus declaraciones, seguidas de sus decisiones. ¿A quién le conviene, realmente, el muro con México? ¿A quién le conviene avivar el conflicto migratorio? ¿A quién le conviene el abandonar el pacto por el medio ambiente? ¿A quién le conviene la guerra de aranceles?

Como empresario, lo único que pasa por su mente es el negocio y la rentabilidad, como es típico de aquellos a quienes denomino "empresarios del lado oscuro" y con esto me refiero a aquellos a quienes no les importa dañar al mundo y a la gente, con tal de obtener una ganancia. Piense en esos productos con componentes nocivos o esas empresas de sobre explotación del personal o en las estructuras contaminantes o en las tasas de interés usureras del sistema financiero. Todos estos son fieles representantes del "síndrome de Ramsay Bolton".

Tercero, su estilo de negociación dura es una muy común denominada "precipitando el caos". Yo mismo la he utilizado y en ocasiones es una gran herramienta de ventas, cuando se usa de una manera responsable permite grandes cambios apelando a la resiliencia de las personas y de las organizaciones. Cuando se usa sin ética, como en el caso de grandes empresarios del mundo y en el caso de Trump, es capaz de arrasar con quien sea y con lo que sea con tal de conseguir los objetivos. El problema es que no podemos quejarnos. Durante muchos años, este es el modelo de éxito que hemos privilegiado, pues por más que no nos parezca lo ideal, este empresario obtiene resultados y maneja el poder en todas sus dimensiones. Así, que, en realidad, no sé cuál es la razón para sorprendernos. No es diferente este tipo de empresario de un petrolero, un narcotraficante o un tratante de personas, todos ganan dinero y a pesar de su falta de ética, se salen con la suya, o, por lo menos, ese es el ejemplo que nos da Trump con lo que dice y hace.

**G. M. Wilson**  
*Director*

# Expectativa por nueva plataforma multimodal de Colombia Clix en Flandes - Tolima

- *Este proyecto contará con exención tributaria para nuevas empresas generadoras de empleo en la zona de expansión y también exención del ICA hasta el año 2025.*
- *La Asociación Nacional de Empresas Transportadoras de Carga por Carretera ASECARGA, es uno de los principales impulsores a nivel nacional, la iniciativa va de la mano con su objetivo de lograr actividad gremial unificada y no polarizada.*

3

**E**l pasado dos de junio de 2018, el ministro de Transporte, Germán Cardona Gutiérrez; el director de la Agencia Nacional de Infraestructura, ANI, Dimitri Zaninovich Victoria; Jairo Herrera Murillo, presidente de ASECARGA, representantes de la constructora NIO y de las instancias públicas de Tolima y Girardot, pondrán la primera piedra de la Plataforma Multimodal de Colombia, CLIX, en Flandes - Tolima, un proyecto que ha generado gran expectativa en el mercado de logística del país.

Este gran obra de infraestructura será desarrollada en el centro del país, específicamente en Tolima en los terrenos de Mar Adentro, aprovechará las vías 4G, las vías férreas, el aeropuerto, la conectividad multimodal y su cercanía al río Magdalena para ayudar a la nación a trascender en escenarios involucrados con experiencias de integración y apertura económica, logrando la

articulación de la economía a escala internacional, nacional, regional y local, permitiendo la conexión organizada entre cadenas productivas y el territorio.

Para su desarrollo cuenta con una inversión estimada en 75,5 millones de dólares que será asumida por el sector privado, en la actualidad está en la etapa de anteproyecto y su inicio estará sujeto a los tiempos del mismo, tendrá un área construida de 800.000 metros cuadrados que almacenará hasta 50 millones toneladas anuales en diversos productos.

Una de las principales expectativas que tienen





los actores del mercado es lograr la consolidación de la carga en un sólo punto, además de permitir su maquila y la generación de valor agregado, es decir que esta obra se convierta en un puerto de distribución terrestre que permita agilizar los procesos comerciales y disminuya los tiempos de entrega.

Para lograrlo, CLIX aprovechará la doble calzada Bogotá - Ibagué que hoy en día puede recorrerse en tan solo 1.5 horas en vehículo liviano y 2.5 horas en vehículo de carga pesada.

Otra de las ventajas que ofrecerá en términos de logística, será la eficiencia en combustible, para el caso de un avión, este puede salir del Aeropuerto Santiago Vila ubicado en 3.1 km de Girardot en el municipio de Flandes, con el tanque totalmente lleno sin tener que parar en Venezuela a hacer retanqueo de combustible.

Además, contará con beneficios para los inversionistas como la exención del predial hasta el año 2025, la exención para nuevas empresas generadoras de empleo en la zona de expansión en Flandes, la exención de ocupación del suelo y exención del ICA también hasta 2025.

En cuanto al mercado potencial, en 2016 un total de 201.846.979 toneladas ingresaron por los 10 puertos con los que cuenta actualmente Colombia, de estos dos están en el Pacífico, uno en Tumaco y otro en Buenaventura, por este último ingresa un 35% del comercio exterior, de este número un 30% queda en el sur occidente y el 70% llega al interior utilizando las vías 4G que cruzan por Flandes, de ese porcentaje más de la mitad

vuelve a salir procesado a diferentes zonas del país.

Es por ello que CLIX es una oportunidad importante para los operadores logísticos, las empresas de transporte, los transportadores, las agencias de aduana, de transporte internacional, las empresas especializadas en transferencia de carga, las empresas de paquetería, de servicios hoteleros, los almacenes de repuestos y las servitecas, por nombrar algunos beneficiarios.

Hasta el momento no cuenta con ninguna competencia igual, pues la Zona Franca de Ibagué, aún está en proceso de desarrollo y sin operar, mientras que en Puerto Salgar aún no existe proyecto de plataforma, según información revelada por la Agencia Nacional de Infraestructura, ANI y Cormagdalena.

El proyecto tiene como aliados al Ministerio de Transporte, el Departamento Nacional de Estadísticas, Dane, la Agencia Nacional de Infraestructura, ANI, la Agencia Nacional de Seguridad Vial, Departamento de Planeación Nacional, Corpo Iberoamericana y el Sena.

En cuanto a los servicios, la Plataforma contará con conectividad al Aeropuerto Santiago Vila actualmente en operación, vías de 3G y 4G, ofrecerá soluciones para el transporte de carga y pasajeros, operación logística, desarrollo industrial, contará con tecnología digital, UPPS, drones, un frente unificado de seguridad, el uso de energías alternativas y tendrá un diseño de certificación verde.

**Eliana García**

elianagarcia@orbitaempresarial.com

# El Gobierno Corporativo en las Empresas Familiares

*El Gobierno Corporativo construye la estructura adecuada de gestión y control de las empresas. Incluye las reglas que regulan las relaciones de poder entre los diferentes actores involucrados (accionistas, consejo de administración, directivos y los grupos de interés).*

La estructura de gobierno depende de las características de la empresa familiar que implica asamblea de accionistas, consejo de familia, junta directiva; órganos orientados por un protocolo familiar que permite hacer explícitas y claras las normas de relacionamiento de la familia fundadora con el negocio familiar.

El gobierno corporativo busca establecer un vínculo de comunicación formal entre la familia y la empresa, mantener la armonía entre quienes son socios en la empresa, y aquellos que siendo miembros de la familia, pero que no tienen una participación de propiedad directa en ella, se ven impactados por lo que sucede en su al interior.

Generalmente, las empresas familiares tienen una débil estructura de gobierno, si la tienen; de allí que sea normal encontrarse con directivos que toman decisiones gerenciales inapropiadas o no informadas, decisiones estratégicas que atentan contra la posibilidad de la empresa de crecer, consolidarse, ser rentable y perdurar en el tiempo.

Esta situación deja expuesto el negocio familiar a repetir de nuevo el mismo ciclo: una decisión gerencial inapropiada y acciones correctivas para controlar los daños directos y colaterales de estas decisiones.

Lo que no logran identificar las familias es la razón por la cual la empresa está expuesta a

decisiones gerenciales que atentan contra la estabilidad y consolidación de la misma.

La existencia de órganos de control como la junta directiva, permite que la gerencia se ocupe de dirigir la empresa y la Junta Directiva se ocupe de que la empresa sea dirigida correctamente.

Estos mecanismos de gobierno se deben adaptar a las empresas familiares dependiendo del momento en el ciclo de vida en el que se encuentre, la dinámica de relaciones familiares y el poder (formal e informal) dentro del grupo familiar, la complejidad de la empresa y de la familia fundadora, la generación de la familia fundadora, entre otros. El empresario familiar debe formarse en estos aspectos o contar con asesores profesionales para el diseño del sistema de gobierno corporativo.

Adicional a la asamblea de accionistas y la junta directiva, las empresas familiares deben constituir una asamblea familiar y un consejo de familia. La primera, es un órgano formal donde participan todos los miembros de la familia que sirve como medio de comunicación intrafamiliar y entre la familia propietaria y la administración de la empresa, así mismo de transmitir los valores familiares y el proyecto empresarial.

El consejo de familia es un órgano donde la familia toma decisiones sobre su relación con la empresa. Allí se discuten, evalúan y valoran

temas relacionados sobre la propiedad del negocio.

La estructura adecuada de gobierno corporativo en la empresa familiar es aquella que logra el equilibrio de poder entre las generaciones familiares, logra las buenas interacciones entre familia y empresa, logra el equilibrio emocional de la familia con respecto a la empresa, logra la orientación estratégica de la compañía, y logra la transmisión de los valores familiares a través de las sucesivas generaciones.

Para ello, la estructura de gobierno debe diseñarse para cada empresa familiar en particular, es decir, sobre medida. No hay estructuras iguales, cada familia debe ser considerada como caso único e irrepetible. Todas las ramas de la familia deben tener representatividad equitativa. Así mismo se recomienda la participación de personas independientes.

Dentro de la estructura del gobierno corporativo debe quedar totalmente explícito el

tipo de decisiones que corresponden a cada uno de los órganos de gobierno, con el fin de evitar conflictos de poderes.

En estos órganos se encontrarán dos decisiones: la familia es lo primero y la empresa debe adaptarse, y la empresa debe permanecer y la familia obedecer.

Cada familia establecerá las decisiones en aquel órgano de gobierno de acuerdo a su cultura y donde se sienta más cómoda.

El gobierno corporativo permite a las empresas familiares ser más productivas, más rentables y más perdurables en el tiempo. En general, es el camino para tener una economía en crecimiento y más desarrollada, más aun cuando ellas representan un alto porcentaje del total de las empresas del país.

### **Norberto Montes Granada**

Consultor Gobierno Corporativo

geomontes@une.net.co

Móvil: +57 315 5060506

**¿Su empresa se destaca por el buen servicio?**

**Hágalo visible con nuestro símbolo**



**Escueladelservicio.com**

**Destacado**

## **Fernando Silvestre** **Country Manager NEORIS** **Colombia y Ecuador**

7

**C**on más de 14 años de experiencia gerencial en compañías enfocadas en el sector de la tecnología, Fernando Silvestre es el encargado de llevar a cabo el desarrollo y la gestión de la operación de NEORIS en Colombia y Ecuador.

Entre sus responsabilidades se destacan la definición de la estrategia para ambos países, la identificación de nuevas oportunidades de negocio, la apertura de nuevos mercados, el desarrollo de relaciones de largo plazo con los clientes, la negociación de acuerdos y contratos, y la administración de la adecuada entrega de servicios.

Antes de ser parte del equipo de NEORIS, Fernando se desempeñó como representante de ventas y responsable de marketing para reconocidas empresas, en donde se encargó de desarrollar e implementar estrategias locales de marketing, campañas de negocios, entre otras tareas. Así mismo, dentro de NEORIS ha trabajado como Marketing Manager para Sur América y gerente de negocios senior.

Fernando Silvestre cuenta con estudios especializados en economía y marketing y un MBA orientado a negocios tecnológicos de la Universidad de San Andrés en Argentina. Actualmente está basado en Bogotá.

**Sólo para Gerentes**

# Advisercom.com

**Confidencial**

## Historias de vida

## La gran conquista

Por los años 90, una gran marca de la industria automotriz, carecía de reconocimiento en Colombia, ya casi olvidada, solo algunos avezados mecánicos mencionaban algunos vagos recuerdos.

**T**ermine la jornada... de regreso a casa, reflexionaba sobre mi nuevo cargo... ¿En dónde me metí?, esto es una locura, ¿qué voy hacer?, Los pocos clientes me recibían con algo de indiferencia y sin ilusiones respecto al producto que ahora vendía, no se les observaba algún futuro o proyección positiva. Después de unos días de trabajo, supe que esta empresa a donde me había trasladado, estaba en quiebra! sus ventas totales al mes eran de escasos \$40.000.000.

No debo evadir nada, muchas de estas debilidades y tropiezos deben ser superados técnicamente lo más pronto posible, prácticamente ya! o me hundo con ellos! Y no vine acá para perder; si me dicen que aquí asustan, les creo!

Existían además de muchos inconvenientes (despachos, fletes, información etc.) problemas por garantía, aceptados o rechazados después de varios meses de presentado el reclamo y no encuentro la fórmula mágica que solucione esos problemas.

Pasan dos meses de trabajo con todo igual. En el aeropuerto se complican las cosas: cancelan el vuelo a Barranquilla, solo a las 3:00 P.M. reanudarán los vuelos y tenemos las 6:30 A.M. es mucho tiempo de espera, leer periódico, leer revistas, leer de lo que vendo? Si, así aprendo más del producto y puedo solucionar muchas inconformidades... pensé, estudiare todo

respecto a los amortiguadores MONROE que es para quien trabajo y de ellos viene mi sustento.

Estudie todo el día y muchos meses más... años! Este viaje a Barranquilla fue fructífero las ventas aumentaron y me felicitaron (yo, callado) deseaba regresar a la planta de producción para hacer muchas preguntas: calidad, materiales, manufactura, despachos, garantías y muchas más, pues observe en Santa Marta, que a medida que respondía al distribuidor sus inquietudes, el pedido aumentaba y lo mejor: pedían referencias nuevas.

Todo esto era solución, pero no era el todo, me falta publicidad, conocer más el producto, conferencias, asistencia técnica, sus aplicaciones? Si un catálogo que sea fácil de interpretar y no permita errores. Este conjunto de necesidades es posible realizarlo y llevara algún tiempo completarlo y tengo el carisma para ejecutarlo. Solo falta: ¡ACCIÓN!

Respecto a las garantías, esto tan importante y delicado, debo invertirle mucho tiempo preguntando a cada operario, el funcionamiento de las piecitas que componen un amortiguador, causas que lo dañan o alteran, lo mismo hare con los mecánicos de la empresa, ellos instalan el producto terminado, sin tener en cuenta sus compuestos internos (ejes, retenedores, válvulas, etc.) deseo aprender mucho en poco tiempo, de tal manera que no intento presumir de ser el perito. Mi única intención es dominar muy bien el tema, primero me pondré a prueba



en la planta, luego mecánicos, finalmente con los de Control de Calidad; todo esto para qué? Fácilmente ayudare a destrabar las garantías presentadas desde hace cien días! O más; mi siguiente viaje fue más placentero, les estaba solucionando a distribuidores y mecánicos un gran problema: LA GARANTÍA, que es un respaldo del fabricante al consumidor, por la compra de su producto. Donde el fabricante se compromete a mantener en funcionamiento un aparato o artículo vendido.

Por falta de garantía se deja de vender un producto y puede llevar a la quiebra a una empresa. A mecánicos, vendedores, distribuidores, les explicaba y enseñaba porque se acepta o rechaza una garantía, sus características, con estas indicaciones, todos felices, más sin embargo comprendieron que dichas garantías deberían pasar por Control de Calidad.

Menos de tres años fueron requeridos para completar y ajustar un mercado que para entonces era mezquino para mí, claro está que desde que inicie, las ventas aumentaban mes tras mes, los distribuidores cada mes se sentían más fuertes, seguros, se alegraban por mi visita, (siempre me convencí, que los mecánicos son decisivos en la adquisición del producto y mensualmente los visitaba y recomendaba ciertas referencias para sus clientes, de paso me enteraba del comportamiento y de los precios de la competencia)

Los empleados de la planta de producción que en un comienzo me miraban con recelo, ahora se sentían orgullosos hasta de mi saludo, pues cuando inicie mi trabajo, ellos tenían su turno ordinario y nada más; ahora tienen muchas,

pero muchas horas extras todos los días, incluidos hasta todos los fines de semana.

Cualquier distribuidor realizaba pedidos superiores a las ventas mensuales de la empresa de esa época, varios distribuidores de diferentes ciudades crecieron tanto que se convirtieron en importadores (ver año 1995) las ventas ahora superando el millón de dólares mes, incrementándose mensualmente. (Vale realizar el ejercicio de indexación a 2018)

El catálogo nacional fue un gran éxito. Le gano en diseño e información al americano, se logró a base de dibujos y medidas que este no permitiera equivocaciones y que fuera tan sencillo de interpretarlo que un niño de diez años informara correctamente la referencia del amortiguador, contenía además equivalencias de las demás marcas, deferentes síntomas de un amortiguador dañado, los mecánicos y vendedores lo cuidaban celosamente, llamándolo cariñosamente la biblia, se imprimieron cuatro ediciones, aprendí lo mejor posible, de cómo superar las debilidades e inconformidades de un producto y como dar una gran asistencia técnica, me convertí en conferencista, entre otras necesidades. Aprendí que cuando usted se comprometa a comercializar un producto, aprécielo, respételo, respáldelo y aprenda todo respecto a él, si le es posible, aprenda mucho más que el gerente de planta o el presidente de la empresa. Sin ningún temor SUPÉRELOS!

Aclaración: AMORTIGUADORES S.A. tenía la licencia MONROE

**Jorge L. Fernández R.**  
Móvil 3208465273

## Los pequeños y medianos restaurantes ahora tienen múltiples ventajas con una app creada para apoyar los negocios locales

- *De acuerdo con una de las más recientes encuestas de tendencias de Nielsen, 7 de cada 10 colombianos toman el almuerzo cerca del lugar en donde realizan su actividad.*
- *Raddar afirma que, en Colombia, la categoría de alimentos es la que más gasto genera a los ciudadanos.*
- *En plena era digital, los clientes buscan comodidad, rapidez y agilidad, todo dentro del celular.*
- *Una de las claves para que los restaurantes prosperen dentro del negocio de las apps de domicilios, está en la entrega del producto -al domiciliario- a tiempo y en buenas condiciones.*

10

**A**hora, los pequeños y medianos restaurantes en Colombia tienen acceso a las múltiples ventajas que ofrecen las aplicaciones para pedir comida a domicilio como iFood, plataforma líder en ciudades del interior del país, que permitirá a sus aliados locales alcanzar a un mayor número de clientes, aumentar las ventas y crecer las ganancias, ofrecer una mayor cantidad de productos y posicionarse dentro del sector gastronómico.

Según un estudio de la firma Raddar, en el 2017 el segmento de alimentos, específicamente las comidas en restaurantes, les significaron un gasto de 27,2 billones de pesos a las familias, mientras que el segmento de comidas rápidas fue de 6 billones de pesos.

Por su parte, el Estudio Global de Nielsen sobre Tendencias de Comida Fuera del Hogar, demuestra que, aunque los colombianos prefieren las comidas hechas en casa, el porcentaje de comensales fuera del hogar -una o más veces por semana- está incrementando (38%).

Pero, ¿qué ventajas adicionales ofrecen las apps de Delivery Online a los negocios de comida en el país? Además de vender los platos por el mismo precio (más el cargo adicional del domicilio), los administradores de estos establecimientos ya no se tendrán que preocupar por la atención al cliente de manera presencial, por lo que ahorrarán costos -por ejemplo- en limpieza y mano de obra.

Uno de los beneficios extra que brinda iFood a sus aliados, además de resaltar los platos típicos de cada una de las ciudades en las que opera, es encargarse especialmente de la logística de las entregas, garantizando domiciliarios para cada una de ellas. Igualmente, la app (que cuenta con más de seis millones de usuarios en Latinoamérica), garantiza el contacto al cliente con el fin de otorgar información oportuna de su pedido, con un soporte total a través del call center.

“Nuestros aliados hacen parte de nuestras prioridades. Es por eso que en iFood, más allá de proveer una reducción de costos a los restaurantes, también los hacemos partícipes de

campañas promocionales que mensualmente son lanzadas en la app para incrementar ventas y fidelizar usuarios. Con nosotros, el establecimiento se dedicará a lo que mejor sabe hacer: cocinar”, expresa Luis Miguel Ballestas, Country Manager de iFood Colombia.

Con respecto a las innovaciones tecnológicas a las que los aliados de iFood pueden acceder, se encuentran la posibilidad de editar, eliminar y/o agregar productos al menú, activarse e inactivarse dentro la app cuando lo decidan, acceso a una plataforma administrativa en la cual podrán ver su evolución en cuanto a pedidos y calificaciones, ver y seguir en tiempo real el estado de los pedidos hasta su entrega al usuario, entre otros.

“iFood permite la interacción entre el establecimiento y el usuario por medio de los comentarios que estos realicen en la plataforma, así el restaurante podrá conocer la apreciación que el usuario tiene del servicio ofrecido y la calidad de los platos.

Asimismo, los aliados pueden acceder al servicio de cupones, con el que los usuarios los recibirán y tendrán bonos de descuento en el restaurante.

Si el restaurante acepta este servicio, adicionalmente aparecerá en el filtro ‘cupones’ de la aplicación”, agrega Ballestas.

Los establecimientos de Cali, Barranquilla, Medellín, Bucaramanga, Armenia, Cartagena, Pereira, Santa Marta, Valledupar, Cúcuta y Manizales interesados en hacer parte de iFood necesitan presentar, entre otros requisitos, el menú y logo del restaurante, certificación bancaria y cámara de comercio.

La vinculación a la plataforma puede realizarse por medio de la página web ([www.iFood.com.co](http://www.iFood.com.co)), o en la línea telefónica 3057341309 (Opción 1, ‘nuevos restaurantes’).

### Acerca de iFood

iFood -líder en la entrega en línea de comida en Brasil- es una de las foodtechs más innovadoras del mundo. La empresa de origen brasilero, que reúne soluciones de gestión de restaurantes e inteligencia de negocio, está en el mercado desde hace seis años, presente en diferentes países como Colombia, México y Argentina. iFood es dueña de la aplicación SpoonRocket, la cual nació en Silicon Valley y tiene foco en restaurantes premium.

iFood cuenta con la participación de Movile, líder global en mercados móviles, y de Just EAT, la mayor empresa de pedidos online del planeta.



[www.iFood.com.co](http://www.iFood.com.co)

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

Instagram: @iFood\_Colombia

[carol.cifuentes@cyccomunicaciones.co](mailto:carol.cifuentes@cyccomunicaciones.co)

[silvia.gomez@cyccomunicaciones.co](mailto:silvia.gomez@cyccomunicaciones.co)

# Los drones llegaron para quedarse

- *El uso de estos aparatos voladores no tripulados sigue en aumento para actividades tan variadas como la fotografía, la fumigación, la ganadería y hasta la seguridad y el control de la movilidad.*
  - *Se estima que en Colombia hay más de 150.000 de drones.*
- *Seguridad y reglamentación legal, dos de los temas aún en desarrollo en Colombia.*

Los drones, también conocidos como vehículo aéreo no tripulado (Vant), son aeronaves remotamente tripuladas y dirigidas a control remoto, tienen tantos y tan variados usos, que ya son considerados como la tecnología emergente más importante del mundo gracias a sus múltiples beneficios en la vida cotidiana.

Inicialmente los drones fueron concebidos como instrumentos exclusivos para uso militar como vehículos espía, pero en los últimos años han sido adaptados a las necesidades de la población civil.

En Colombia su reglamentación legal es muy joven aún, pero gracias a este avance ya es posible utilizarlos en labores tan diversas como la agricultura, la cartografía, la movilidad, los espectáculos públicos, el periodismo, la fotografía, la seguridad, la búsqueda de personas en lugares poco accesibles, verificación de desastres naturales, control de avance en obras públicas y claro, para la diversión, como modelos sofisticados de aeromodelismo.

El uso de drones ya cuenta con representación legal a través de la Asociación de Aeronaves Remotamente Tripuladas de Colombia (ART), que hoy día tiene más de 1.200 asociados, 12 universidades y más de 250 empresas

colombianas y algunas extranjeras que utilizan estos aparatos en diferentes actividades.

“Su expansión ha sido tal que ya la empresa Zurich se dedica al tema de los seguros para el uso de este tipo de aeronaves no tripuladas, pues en el país se estima que hay más de 150.000 drones volando, una cifra importante pero nada comparable con los más de cuatro millones que registrados en Europa”, explica Édgar Quintero, presidente de la ART.

“Estamos trabajando para capacitar a mucha gente para que pueda pilotear un dron y pueda recibir las certificaciones legales”, agrega Quintero, quien dirigirá un seminario enfocado a las recomendaciones de seguridad.

Justamente es uno de los aspectos más importantes, dice el presidente de la ART, pues el uso de estos aparatos está restringido no solo a la capacitación certificada de sus usuarios sino a la reglamentación legal de la Aeronáutica Civil, pues su mala utilización indebida podría afectar la seguridad nacional.

**Feria Internacional de Seguridad E+S+S  
2018” MÁS QUE UNA FERIA, UN CENTRO DE  
EXPERIENCIAS”**

**Agéndese 22 al 24 de agosto de 2018  
Bogotá – Colombia**

**[www.securityfaircolombia.com](http://www.securityfaircolombia.com)**



# El impacto de la Realidad Aumentada

*Cuando Pokémon Go salió al mercado hace un par de años, nuestra imaginación fue capturada por una forma completamente nueva de interactuar con el mundo: la realidad aumentada (AR). El juego puede parecer una moda pasajera, pero nos mostró cómo podíamos transformar nuestros dispositivos móviles de dispositivos pasivos que usamos incluso para desconectarnos del mundo real, a herramientas que mejoran activamente nuestras interacciones con él.*

**E**stas nuevas tecnologías de AR, sin duda alguna borrando las líneas entre real y digital, tocará todas las industrias de una forma u otra.

Aunque Google dejó de vender sus "AR eyewear, Glass" en 2015, no dejaron de desarrollarlas. La compañía ha seguido refinando nuevos modelos, hoy, tanto Google como Apple, entre otras compañías, están trabajando en la próxima generación de la tecnología, que será más que el reflejo de una caricatura en un espacio real, en lugar de imágenes simples superpuestas en el mundo, incluirá animaciones complejas, instrucciones manuales e incluso cosas como objetos interactivos: las aplicaciones sólo estarán limitadas por lo que podamos imaginar.

Karen Whitt, Presidente de Servicios de Inversión de Colliers International Estados Unidos, afirma que las capacidades interactivas crearán nuevas formas para que los clientes interactúen con las marcas y les permitirán a las empresas reconsiderar cómo llevan a cabo las tareas manuales.

Ejemplo de ello son compañías como AGCO que afirmó que con "AR eyewear Glass" logró reducir los tiempos de producción en un 25 por ciento, mientras que DHL aumentó la eficiencia de la cadena de suministro en un 15 por ciento.

También ha sido una gran ayuda para los profesionales de la salud, reduciendo la carga de papeleo en más del 20% y permitiendo a los médicos dedicar un 50% o más de tiempo a los pacientes.

Del mismo modo, nosotros los profesionales de marketing ganaremos enorme libertad en nuestra capacidad para influir en los consumidores. En lugar de pancartas estáticas, por ejemplo, podremos ubicar promociones en lugares que tengan sentido y sean microsegmentadas, como al lado de letreros de calles que muestren las direcciones de las opciones de comida locales cercanas, o incluso usar diferentes promociones para diferentes personas.

En nuestro negocio, poco a poco todo va tomando forma, la AR revolucionará la forma en que anunciamos bienes raíces comerciales y cómo demostramos y recorremos espacios de construcción. Qué es lo que necesitamos saber:

## **El cambio está sucediendo AHORA.**

La tecnología para hacerlo ya existe, sólo hay que hacerlo más atractivo. Se espera que el mercado de AR se duplique para 2022. "La realidad aumentada basada en la ubicación es algo que irá más allá de lo esperado, se convertirá en parte de nuestra vida cotidiana", dijo Neil Mandt, CEO de Mandt Media. "Los usuarios podrán obtener información, contenido y beneficios directamente de los activos inmobiliarios, usando el dispositivo en su bolsillo".

## **Los anuncios Digitales estarán en los Edificios**

Mirarás a través de una cámara de teléfono o gafas inteligentes y estarán allí. Los edificios son grandes y tienen muchas superficies planas, perfectas para diseñarles anuncios.

A diferencia de los banners de sitios web, los anunciantes podrán colocar material que incluya sus gustos, ubicación y lo que ha captado su atención.

Los propietarios de edificios deberían pensar en cómo proteger los derechos digitales para garantizar que el contenido desagradable no arroje una sombra digital sobre sus propiedades, y los competidores no muestren opciones alternativas.

### La publicidad digital es publicidad

Una pancarta de tres pisos puede parecer insostenible e impagable en un edificio de oficinas en el centro de la ciudad, pero la señalización digital tendrá menos limitaciones. AR abre un nuevo canal de monetización para los propietarios, y nuevas formas para que los inquilinos atraigan negocios.

El furor por cazar Pokemones puede haberse desvanecido rápidamente, pero demostró cuán ansiosas están las personas por cambiar la forma en que usan la tecnología.

La Realidad Aumentada se está convirtiendo en la piedra angular de la informática moderna, las tendencias digitales más populares de los últimos diez años han girado en torno a la conectividad constante, descubriendo el mundo que nos rodea y ayudando a navegar más fácilmente, incluso personalizando nuestra experiencia, con lo cual podemos esperar que la aceptación de esta tecnología se acelere rápidamente y haga parte de nuestras vidas y negocios más pronto de lo que nos imaginamos.

Ahora bien, el impacto en el urbanismo de las ciudades y en particular en nuestro negocio de Real Estate será sin duda un factor determinante para pensar diferente y reinventar la forma en la que promocionamos nuestros servicios, una posibilidad infinita de creatividad se abre ante nosotros y debemos estar listos para sacar provecho de ella y ver el mundo con los ojos de la AR.

### Acerca de Colliers International:

Es una de las tres primeras empresas de servicios inmobiliarios corporativos del mundo, hoy # 1 en Colombia, en donde se encuentra desde 1.999, operando así hace 19 años en el país, ofreciendo un portafolio integral de servicios inmobiliarios, con

cubrimiento nacional desde las oficinas en Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla.

Durante 10 años consecutivos ha sido considerada la mejor compañía de consultoría inmobiliaria corporativa del país, como resultado de su excelente servicio, la satisfacción de sus clientes y los resultados eficientes que presenta en cada una de sus transacciones.

Ha contribuido al desarrollo de la finca raíz con su experiencia en temas inmobiliarios empresariales y aporta periódicamente su experiencia en los estudios realizados por la firma en los negocios de finca raíz, reconocidos y esperados por el mercado. A nivel mundial, cuenta con 16.300 profesionales, 5.70 asesores, en 67 países, en 502 oficinas, realizando anualmente un promedio de 84.600 transacciones, administrando 1.7 billones de pies cuadrados.

<http://www.colliers.com/es-co/colombia>



**Aurora Turriago**  
Marketing & Research Director | Colombia

# ¿Cómo implementar las normas ISO de una manera simple y sencilla?

*Si en tu organización estás pensando en implementar normas ISO, debes saber que ISO permite que tu pequeña o mediana empresa obtenga los certificados con reconocimiento "mundial". Hay dos formas de implementar una norma ISO: La Difícil y la Fácil.*

La Difícil normalmente ocurre por desconocimiento. Consiste en contratar un asesor y/o hacerlo por cuenta propia, y documentar absolutamente "todo" en la organización, con la excusa de la "Evidencia Objetiva", lo que se debe mostrar a las preguntas del Auditor el día de la auditoría para demostrar que existe un Sistema de Gestión "Documentado e Implementado".

El asesor o consultor, para justificar sus "horas de consultoría", muchas veces sugiere implementar muchos más documentos (Manuales, Procedimientos, Instructivos, Formatos y Registros) de los que son realmente importantes y necesarios.

Consecuencia de lo anterior: un sistema muy robusto, paquidérmico, lleno de procedimientos y de trabas que enredan a la empresa, y que con la "excusa" de que la "ISO" lo exige, hace que en muchas ocasiones, lo que prometía ser un Sistema de Aseguramiento de la Calidad..., termine siendo un sistema de Aseguramiento de la "Burocracia", de las "Trabas" y de la "insatisfacción" de los clientes, de los empleados y de la Gerencia.

Con la implementación "Difícil", un proyecto de certificación que se proyectaba a seis meses, termina durando entre uno a tres años. Un desgaste para la Gerencia y para la organización.

Ahora, ¿Cómo se puede implementar una Norma ISO de forma Fácil, Simple y Sencilla?

1. Asesorarse bien. Pregunta a otras empresas que ya están certificadas, ¿Cómo fue su proceso? ¿Cuáles han sido los beneficios obtenidos?, ¿Qué errores cometieron? ¿Cómo los hubieran podido haber evitado?
2. Busca asesoría de empresas serías y reconocidas, algunas veces por costos se contrata a profesionales junior o empresas con poca experiencia, "Lo barato sale Caro". Pregúntale a estos asesores, cuál es la manera más simple y sencilla de implementar estas Normas. Asesoría Gratis.
3. Planifica: 80% planificación 20% ejecución, Modelo Japonés. Realiza un Gap Análisis.
4. Nombra un responsable del proyecto. Dependiendo el tamaño de la organización, no es necesario contratar a una persona exclusivamente.
5. Apoya y soporta como Gerente todo el proyecto.
6. Conoce inicialmente cuales son los documentos mínimos obligatorios que exige cada Norma ISO.
7. Define cuales son los "mínimos" documentos adicionales que se deben implementar en la empresa para asegurar la gestión. Siempre

- preguntate si estos documentos "Agregan Valor" o No.
8. Documenta para optimizar tiempo y generar conocimiento importante, ejemplo: Inducciones, tareas repetitivas, Lecciones Aprendidas, Preguntas al Jefe repetitivas, instructivos, etc.
  9. Construye el Manual del Sistema de Gestión al final, recopilando todos los documentos creados, cuando se hace al principio, se crean o se imaginan más de los necesarios.
  10. Cuando tengas los documentos mínimos necesarios, divulga e implementa inmediatamente, "Lo perfecto Es Enemigo de lo Bueno" Voltaire. Luego mejóralos.
  11. Define claramente las capacitaciones que tendrás que dar a los colaboradores.
  12. No te llenes de capacitaciones "catedráticas" que la gente no entiende y en las que se pierde mucho tiempo.
  13. Siempre ten en cuenta dos cosas: a. El costo de la capacitación (Total \$/Hora Colaboradores X # de Capacitaciones) es un costo muy alto, optimiza y b. Pregúntate ¿La capacitación realmente genera la competencia y habilidad que se requiere?
  14. La capacitación puede durar entre 5-15 minutos máximo y la evaluación 5 minutos.
  15. Realiza talleres en vez de capacitaciones, son mucho más efectivos.
  16. Capacita siempre buscando en los colaboradores: Autogestión, Autocontrol y Automotivación... Liderazgo.
  17. Inicia solicitando la Fecha al Ente Certificador (SGS, Bureau Veritas, Intertek, etc.). Esto ayuda a tener foco y a concretar los esfuerzos.
  18. Realiza inicialmente la auditoría interna con un "Auditor Experto", ojalá auditor externo de Ente de Certificación. Esto genera objetividad y reduce la incertidumbre del proceso. Por otra parte, formar auditores internos requiere tiempo y dinero.
  19. Aborda la auditoría interna no como una "Asustoría" sino como una autoevaluación, una oportunidad de mejora.
  20. Soluciona las dudas rápidamente, no te quedes con dudas ¿Será que con esto cumplo?, ¿Será que necesito esto?, ¿Qué me va a pedir el auditor?, Etc.
  21. Utiliza el principio KISS, "Keep It Simple Stupid". Manténgalo todo simple y estúpido, lo que es simple y estúpido se puede gestionar fácilmente.
  22. Luego de hacer la auditoría interna y de realizar la Revisión por la Dirección (requisito de la norma), haz una última revisión y listo a la "Asustoría Externa".
  23. No le tengas miedo a la Auditoría Externa, siempre son oportunidades de mucho aprendizaje.
  24. Si implementas un Sistema de Gestión Simple y Sencillo, su recertificación y su mantenimiento será....simple y sencillo.

### **Eric Rosenberg**

ISO-HUB Gestión Empresarial  
admin@isonormas.press



# El camino a 5G se construye con base en la fibra óptica

*En la actualidad, no es casualidad que, a nivel global las inversiones y el desarrollo de nuevos servicios y tecnologías de telecomunicaciones estén en un constante proceso de cambio. Pensemos, por ejemplo, que sólo el sector móvil representa hoy el 4,5% del PIB (Producto Interno Bruto) mundial, según datos de la GSMA, asociación organizadora del Mobile World Congress (MWC).*

La razón de este escenario es más o menos evidente, nos estamos aproximando a pasos agigantados a un mundo hiperconectado, en donde las exigencias en la infraestructura de telecomunicaciones serán mucho más demandantes y, a su vez, más determinantes para el desempeño de las economías y la mejora del nivel de vida de los ciudadanos. Lo anterior tiene que ver, mirando más en detalle, con el desarrollo y consolidación de algunas tendencias tecnológicas, como el Internet de las Cosas (IoT), el Cloud Computing, el Big Data y la Inteligencia Artificial (IA), entre muchas otras, las cuales tienen en común el requerir un canal robusto destinado a soportar un flujo de datos que crece, y seguirá creciendo, en forma exponencial. En otras palabras, lo trascendental en el presente y el futuro, es la inminente necesidad de los países de contar con una infraestructura digital apta para potenciar un desarrollo económico y social que estará basado en buena medida en la información.

Este panorama se ve reflejado particularmente en el tema de las Smart Cities, puesto que, gracias al conjunto de tecnologías aplicadas en los diferentes ámbitos de las ciudades, y a partir de la creación de diversos servicios que funcionan con base a la entrega de información en tiempo real, impactan en la calidad de vida

de las personas y al mismo tiempo, favorecen la competitividad de las empresas.

Para que esto sea posible, cada día cientos de miles de nuevos dispositivos, máquinas y sensores se irán conectando a Internet, lo cual incrementará radicalmente el tráfico sobre las redes, dando vida al IoT. De acuerdo con las cifras brindadas por Ericsson, para el año 2022 habrá cerca de 18 mil millones de dispositivos conectados a Internet comunicándose entre ellos.

Sumado al contexto de esta digitalización, el desarrollo de nuevos servicios online bajo demanda los cuales están basados en la nube y la masificación de los dispositivos móviles han ido creando nuevos hábitos en los usuarios y consumidores, lo que se manifiesta en el aumento de transacciones electrónicas y, sobre todo, en el crecimiento del tráfico de videos.

Además del incremento del tráfico de datos por el usuario, vamos a tener un incremento por el tráfico entre dispositivos (máquina a máquina), y aquí es donde emerge el desarrollo de nuevas tecnologías de telecomunicaciones, siendo la 5G (o quinta generación) la más llamativa.

Según datos de la GSMA, en el último y reciente Mobile World Congress que se realizó en

Barcelona, en donde la tecnología 5G fue uno de los temas principales, se estima que para el año 2025 ya habrá alrededor de 1.200 millones de conexiones de este tipo en todo el mundo. En dicho evento se pudo visualizar un adelanto del significado concreto que tendrán las redes 5G en áreas tales como salud, educación, transporte y otros servicios públicos.

Las redes 5G, a pesar de que aún hay algunos de sus estándares que están en desarrollo y discusión, se prevé que para el 2020 ya se encuentre en funcionamiento, lo que representará sin duda un salto evolutivo en las telecomunicaciones. Es decir que esta evolución permitirá multiplicar por diez la velocidad de descarga de datos respecto de la tecnología 4G, llegando arriba de los 10 Gigabits por segundo, con una gran disminución en la latencia (el tiempo de demora en la transmisión de datos), punto clave para temas como carros autónomos y sistemas de seguridad.

Las exigencias de este nuevo mundo hiperconectado e inteligente son: no sólo contar con un mayor ancho de banda y velocidad, sino también lograr una disminución en la latencia, es decir, crear verdaderas autopistas digitales, que harán posible que un inmenso volumen de datos sean procesados en tiempo real y se conviertan en información útil para tomar mejores y más rápidas decisiones.

En este punto es donde emerge con gran fuerza la fibra óptica, cuyas cualidades para cumplir con esos objetivos están fuera de discusión.

Lo anterior, se demuestra en el creciente interés en la fibra óptica considerada como un elemento indispensable para soportar las nuevas necesidades de las empresas, ciudades y países que quieran tomar ventaja en las

telecomunicaciones de próxima generación, para beneficios de las personas. Esto es tangible incluso a nivel de Latinoamérica en donde vemos fuertes inversiones e iniciativas públicas y privadas relacionadas con fibra óptica.

Por lo tanto, no es exagerado decir que la tecnología 5G tendrá su camino "pavimentado" con fibra óptica. En efecto, la topología de las redes 5G considera una mayor densidad en estaciones radio base, lo que prevé un mayor uso de fibra óptica para las conexiones de todas las small cells. Por ejemplo, una red 4G que tiene una cell para 26km<sup>2</sup>, con 5G se estiman 60 small cells para 2,5km<sup>2</sup>. Es decir que, para apoyar la implementación del 5G vamos a necesitar de mucha Fibra óptica, aplicando nuevas tecnologías como micro cabos y Gpon para los enlaces.

Pero más allá de los aspectos técnicos específicos, las redes 5G y la fibra óptica deben entenderse como sinónimo de autopista digital e inversión inmediata. Puesto que la capacidad, fluidez y seguridad con la que dotemos hoy la infraestructura de telecomunicaciones de nuestros países y organizaciones, dependerá nuestro liderazgo en el mundo inteligente y la sociedad hiperconectada del mañana.



**Javier Bedoya**

Gerente comercial

Furukawa para la Región Andina

17 departamentos y 35 municipios disfrutaron de la nueva iniciativa de la Universidad de La Salle

## Bibliotecas al campo logra primeros 1.000 beneficiarios

*Según datos del Censo Nacional Agropecuario, el 20% de la población entre los 5 y 16 años no asistía a ninguna institución educativa. Además se reveló que el 11.5% de la población campesina mayor de 15 años no sabe leer ni escribir.*

19

- Los niños campesinos colombianos están más rezagados en lectura y ciencias que los de las escuelas urbanas, así lo asegura la Unesc, en la Segunda Evaluación Latinoamericana de Aprendizaje en Educación Básica (Serce).
- Kantar TNS Argentina, una de las consultoras más importantes de ese país, publicó un estudio en el que se asegura que los niños que leen literatura desde pequeños desarrollan destrezas que a otros les cuestan años.

**E**ntrar en segundos a un mundo fantástico lleno de historias asombrosas donde lo imposible sucede y lo inalcanzable ocurre es posible gracias a la magia de la literatura. Y es justamente lo que está ocurriendo en 17 departamentos y 35 municipios de Colombia a los que ha llegado la nueva iniciativa social y rural de la Universidad de La Salle, llamada Bibliotecas al Campo que comenzó en 2015 y tres años después ya cuenta con sus primeros 1.000 beneficiarios.

En el programa participan estudiantes del Programa de Ingeniería Agronómica que se dicta en Utopía (Único campus colombiano creado exclusivamente para ofrecer becas a jóvenes bachilleres de zonas rurales afectadas por la violencia), los cuales se convierten en voluntarios para promover la lectura en sus comunidades de forma que de manera natural el verbo leer, entre a hacer parte de las actividades del día como lo son ordeñar, cultivar, limpiar.

“Bibliotecas al Campo tiene 3 objetivos.

Primero llevar los libros y la lectura a las comunidades de los estudiantes del Proyecto Utopia.

Segundo, crear mediadores de lectura y Utopias, pues en muchas poblaciones del campo Colombiano, las ideas son solo sueños, son Utopías, están lejos e inalcanzables y consientes de esto, los jóvenes Utopienses acercarán muchos sueños y utopías a los habitantes de sus comunidades.

Tercero: llevar conocimiento al campo para transformar positivamente al país, con profesionales más sensibles y comprometidos con sus territorios, con la paz y el posconflicto”, explica Maryudy López Avella, Directora de la Biblioteca de Utopía; Campus Universitario de La Salle en Yopal, Casanare.

### Érase una vez...

Todo comenzó en 2015 viendo las alarmantes cifras de analfabetismo rural. Así que con el ánimo de promover líderes que ayuden al desarrollo de sus regiones, la Universidad de La Salle a través de la Oficina de Bibliotecas, creó el programa de extensión bibliotecaria ‘Bibliotecas al Campo’ que

llega a lugares donde el común denominador es por una parte el potencial de la gente, la belleza natural, la abundancia de frutos exquisitos y ríos majestuosos.

Pero por otra, están las ausencias. No hay infraestructura educativa, ni vías, ni libros, ni oportunidades.

“Cada cuatrimestre de manera voluntaria 30 estudiantes de Utopía se postulan para hacer parte del programa de extensión bibliotecaria ‘Bibliotecas al Campo’.

Luego empezamos el proceso de capacitación y formación en técnicas de lectura, ejercicios pedagógicos y liderazgo para que cuando lleguen a sus comunidades tengan las herramientas para ser agentes transformadores que aportan al desarrollo de nuestro país.

Cada voluntario se le entrega un morral con 30 libros y material didáctico para el desarrollo de las actividades” añade López.

Aunque en muchos casos llegar al lugar es muy difícil por las condiciones geográficas de algunas regiones, estos valientes estudiantes emprenden su camino hacia lugares afectados por la violencia con la convicción de llegar a sembrar otra realidad durante su jornada vacacional (el periodo es diferente a los semestres de la capital porque en Utopía se estudia por cuatrimestres).

### Las voces de los voluntarios



“Vivir la experiencia y ver como las personas reciben estas iniciativas con cariño en mi zona de origen me llena de satisfacción. Tuve la oportunidad de ver como dos familias que prácticamente vivían en guerra y no permitían que sus hijos se juntaran, volvieron a hablar y se reconciliaron en una de esas tardes de lectura. Hechos como ese me motivan a seguir haciéndolo”, afirma Rafael Pacheco, estudiante de

Utopía y voluntario de Bibliotecas al Campo del municipio de Pueblo Bello, César.



“Lo que más me gusta es la literatura infantil y la pintura. Así que cuando voy a mi tierra, organizo a los niños por edades para que tengan actividades que les resulten desafiantes. Luego le incorporamos cuentos para usarlo como un recurso diferente. No hacemos la lectura pasiva que todo el mundo se imagina cuando se le habla de libros, sino que jugamos y eso lo hace dinámico” explica Luis Serrato, estudiante de Utopía y voluntario de Bibliotecas al Campo, oriundo del Departamento del Meta, municipio de Lejanías.



“Lo intenté tres veces y al comienzo parecía que no fluía. Luego me lleve una gran sorpresa porque los niños empezaron a llegar. Ese día puse a prueba todo lo que nos enseñan en la inducción y usando el dibujo y dinámicas logre agruparlos por edades e integrarlos. Hoy que ya los niños son lectores puedo ver la importancia de llegar libros a zonas tan apartadas”, explica Joan David Bolívar, estudiante de Utopía y voluntario de Bibliotecas al Campo, oriundo de Monterey, Casanare.

### ¿Cómo enamoran los jóvenes a los campesinos de los libros?

Existen diferentes modalidades de trabajo, por ejemplo:

- Desarrollo y creación de bibliotecas semilla (bibliotecas comunitarias)
- Bibliotecas viajeras (van llegando a nuevos lugares cada vez).

Lo anterior, apoyado por momentos de aprendizaje a partir de la lectura en voz alta que incluyen actividades lúdicas como jugar, pintar, colorear donde surgen espacios de conversación, circulación de libros, creación (escritura creativa), recuperación



de saberes locales y conocimientos culturales transmitidos de generación en generación.

### Resultados

En dos años de existencia, Bibliotecas al Campo ha fortalecido el rol de los estudiantes de Ingeniería Agronómica de la sede Utopía como lectores y promotores de lectura comprometidos con la educación de niños, jóvenes y adultos de los campos colombianos; aún más, con la transformación positiva de sus territorios, con la democratización del conocimiento y la conformación de redes de lectura rurales, tanto en sus zonas de origen como

en diferentes corregimientos del territorio nacional, que le permiten a sus pobladores vivir experiencias inolvidables a través de los libros. Hasta el momento el programa ha llegado a 17 departamentos (Antioquia, Arauca, Bolívar, Boyacá, Caquetá, Casanare, Cauca, Cesar, Córdoba, Cundinamarca, Guaviare, Huila, Meta, Norte de Santander, Putumayo, Santander y Vichada) impactando en 35 municipios diferentes del territorio colombiano. Estos territorios coinciden con las zonas de origen de los estudiantes del proyecto educativo Utopía.

Ítem	Cantidad
Estudiantes voluntarios	42
Municipios beneficiados	35
Años de realización del programa	2015 - 2017
Número de ciclos programa durante el año	Primer Ciclo A: Receso Mayo
	Segundo Ciclo B: Receso Agosto
	Tercer Ciclo C: Receso Diciembre

### Indicadores del Programa de Bibliotecas al campo

	2015C	2016A	2016B	2017C	TOTAL
Maletas Viajeras	30	25	16	16	87
Numero actividades	60	16	16	38	130
Número de beneficiarios	300	160	160	365	989
Tiempo promedio por actividad	1 a 3 horas	1 a 3 horas	1 a 3 horas	1/2 a 3 horas	-

El programa ha tenido muy buenos resultados. Diferentes comunidades han recibido a los jóvenes promotores con gran acogida y ahora esperan su regreso con nuevos libros. De las primeras 30 bibliotecas viajeras, 8 estudiantes decidieron abrir una biblioteca semilla, en su comunidad, llevaron libros que se quedarían definitivamente en estas bibliotecas semillas (bibliotecas comunitarias).

La Universidad de La Salle y el programa Bibliotecas al Campo, fortalecen el diálogo de saberes entre la academia y la sociedad, entre la universidad y los territorios.

Para sus creadores la meta es convertirse en un referente de transformación social a través de la

lectura, en espacios para vivir la fraternidad comunitaria, en un camino para el posicionamiento de las bibliotecas rurales y, sobre todo, para la formación de profesionales íntegros con sensibilidad y responsabilidad social para transformar las estructuras de la sociedad colombiana.

Constanza Triana  
Diana Carolina Rojas



## 4 Claves personales de éxito de un director comercial

*Los directores comerciales son como los técnicos de fútbol, los contratan una temporada y dependiendo sus resultados se quedan o se van. Es uno de los cargos de mayor rotación. Por eso, si se quiere perdurar, es el momento de fortalecer la personalidad.*

**A**migo mío, bájese de esa nube. En América Latina las empresas no saben de mercadeo, lo único que importa es la venta y cuando te contratan de director comercial, lo que te mantiene son tus resultados de ventas y la mayoría de las veces te mandan a la guerra con los ojos vendados, es decir sin investigación, amordazado, es decir sin presupuesto de comunicación y con las manos amarradas, es decir con poco personal y mal preparado y buscan que vendas de la manera que sea un producto que pocas personas quieren, que el emprendedor dueño de la empresa se imaginó y que en realidad no tiene espacio en el mercado o está anacrónico y no ha evolucionado.

Y lo interesante es que aún así, con toda la mediocridad en contra, logramos vender.

Esto sucede porque las situaciones difíciles fortalecen el carácter y afinan nuestro temperamento, ambos componentes de la personalidad y por supuesto, nuestra inteligencia para resolver los retos, cada vez va madurando y se va haciendo un poco más fácil encontrar respuestas.

Es por esto, que es más fácil, en el corto plazo, enseñarle a una persona mayor nuevas tecnologías que suministrarle experiencia a un joven.

Es más, la etapa más productiva de un director comercial es después de los cuarenta.

Como una manera de aportar al fortalecimiento de este Director Comercial, esta vez, trabajaremos en cuatro dimensiones de hierro que es necesario forjar: Actitud, conocimiento, corazón e imagen.

### **Actitud**

Todo el mundo habla de la actitud y de lo importante que es, pero pocas veces nos describen qué es y cómo debemos formarla para nuestro beneficio.

Empecemos diciendo que nuestra sociedad está diseñada para que las personas sean sumisas y obedientes, dejando un amplio espacio para los procesos contestatarios.

Es decir, en una esquina está la norma y en la otra está la rebeldía y, aunque parecieran estar siempre a una en confrontación con la otra, en realidad ambas son parte del mismo juego para impedirnos pensar en las cosas que cuentan en realidad.

La actitud inicia por empezar a tener consciencia de uno mismo, de lo que somos y sentimos, es nuestro estado del arte, la fotografía de nuestro momento actual.

Cuando nos damos cuenta de cuál es nuestro estado actual, debemos definir nuestro estado

futuro y para eso debemos ver qué es aquello que queremos en nuestras vidas y luchar sin rendirnos por conseguirlo.

No es una tarea fácil, nunca lo será, pues luchamos contra diversos tipos de dificultades que a cualquiera le harían retirarse.

La presión por los resultados, la mediocridad de nuestro entorno y la inconsistencia de lo humano, nos hacen la vida difícil. Por experiencia sé que es difícil encontrar sosiego y las noches se vuelven un carnaval de imágenes y conversaciones, problemas, obstáculos y la búsqueda de esas, a veces, incomprensibles soluciones. Es parte de lo que somos.

Cuando se habla de actitud, se nos pinta un mundo ideal de lo que debiera ser. Se nos habla de resistir y persistir, pero de lo que no se nos habla es del dolor que esto implica. Del peso que significa cargar sobre nuestros hombros una dirección y más si es la comercial. Es en este cargo, en donde lo que debiera ser absolutamente humano, como lo es el ejercicio comercial, se convierte en una cifra, y nosotros nos la pasamos de hacer fuerza cada fin de mes por cumplir una cuota o un presupuesto, a buscar la manera de que nuestro equipo de trabajo haga lo que tiene que hacer y como lo tiene que hacer y luego de esto, se nos viene a hablar de actitud.

Entonces, para nosotros qué es la actitud. Se podría resumir en que, dentro de un marco ético, hacemos lo necesario para conseguir resultados. Si es necesario romper con la cabeza la roca que se atraviesa en nuestro camino, lo hacemos y ya.

Para nosotros, actitud es esa energía interior que resulta cuando todo parece difícil, cuando

no se ve una salida y la oscuridad se apodera de nuestro camino.

### Conocimiento

Para el mundo, se supone que estamos en la era de las tecnologías de información y comunicación, llena de innovación. Para nosotros eso no es cierto. Estamos pasando por un momento en que la humanidad ha perdido mucho de su rumbo, las voces se han vuelto ecléticas y casi todo lo que hay en la tierra se ha esparcido, abriéndonos algunas puertas que antes nos eran lejanas y brindándonos saberes de todo tipo. Estamos en un momento histórico del mundo en el cual se enfrentan el caos y la oscuridad, en contra de la verdad y en entendimiento. Las Tic's son solamente un canal más rápido y amplio para hacer lo mismo que ya veníamos haciendo: lo humano.

Darnos cuenta que estamos en una era de descompresión y entendimiento, y que la tecnología es simplemente un vehículo, nos ayuda a ser mejores en nuestro trabajo. No se trata de tener las súper estrategias ni de apostarle a una comunicación "omnicanal", se trata de que si bien, debemos mantenernos al día con los desarrollos e innovaciones que hay en todos los ámbitos de comunicaciones, productos y servicios, lo más importante es el conocimiento sobre lo humano, sus miedos y deseos, sus motivaciones y por qué's, que llevan a las personas a comportarse como lo hacen y, lo más importante, a consumir productos y servicios como lo hacen.

Un buen director comercial sabe que los diferentes medios que cada día se multiplican, son sólo la forma, lo de fondo es el permanente análisis y conocimiento del comportamiento del consumidor. También esto quiere decir que aunque las empresas contraten a los

“Superman” de las Tic’s estarán botando el dinero si no hay un verdadero profesional de lo comercial detrás.

### Corazón

El corazón de un directivo comercial, tiene dos dimensiones. La primera es esa fuerza irreprimible de levantarnos todos los días a enfrentar fuerzas que no podemos controlar: la economía, los mercados, el deterioro social, la piratería, la deslealtad además de otras tantas inmoralidades empresariales. El director comercial es fiel heredero del corazón del caballero que lucha contra el mal y no se rinde.

La otra dimensión, es la del afecto. Suena raro decirlo, pero un director comercial debe amar a su equipo y confiar en él. Debe amar al cliente, debe amar a la empresa, productos y servicios, y, sobre todo, debe amar a la humanidad.

Algún estudiante me contestó que esto le sonaba a pura sensiblería. Claro, lo pensé un rato, después le contesté: ña función de toda empresa del mundo de lo correcto es proveer para facilitar la vida, todo lo que hacemos debe ir orientado a ese fin, de lo contrario, estaremos en el lugar equivocado. Así me dedique a la panadería o al desarrollo de software, mi tarea es privilegiar lo humano, favorecerlo y para eso lo debo amar. De no hacerlo, nuestra tarea perdería todo sentido y definitivamente, es eso lo que le sucede a la mayoría de los comerciales que todavía creen que su tarea es vender.

### Imagen

Claro que desde un aspecto antropológico y un contexto educativo cultural, sigue en pie dos antiguas frases: “la comida entra por los ojos” y “como te ven te tratan, te quieren o te maltratan”. Haga lo que haga, su labor será visible para la competencia. Su presencia se notará por sus resultados y si son buenos, usted


se convertirá en un objeto del deseo para empresas que puede pagar mejor. Bueno, es un decir. Su imagen está compuesta por cuatro elementos. Su presentación personal, sus modales, su presencia digital y sus resultados.

Mírese al espejo: ¿Qué ve? ¿A quién ve? ¿Ve a una persona capaz de alcanzar el éxito? La problemática radica en que en realidad no sabemos quién es esa persona exitosa y qué debería hacer para ser exitoso. Debemos empezar a buscarla

Todos los días debemos pulir nuestra imagen personal, el vestuario, la expresión corporal, y así continuaremos hasta que lo consigamos. Y tan importante como su presentación personal, es su complemento con los modales. La primera será inocua sin lo segundo. Expresión Oral, Protocolo, Etiqueta, Urbanidad, son imprescindibles para cualquier tipo de relación, desde algo personal, hasta los procesos más complejos de negociación.

Sin presencia digital, usted no existe, literalmente. Es necesario vigilar la manera como está construida su presencia en internet. Prácticamente nadie está excluido de tener esta presencia digital, el problema es que si no la cuida, será la primera piedra en su camino y construirá una mala reputación digital. Si la maneja con estrategia, puede contribuir a abrir las puertas que usted desee. Y sus resultados.

Usted ya habrá escuchado la frase: “por sus obras los conoceréis”. En el mundo comercial es igual. Sus resultados es su carta de presentación y hablan de usted mejor que cualquier currículum.

Aunque es claro que nos hemos referido sólo a una pequeña parte de lo que significa ser un director comercial, es una esencial. 

# Un pequeño cambio en la educación, provocará un salto cuántico en nuestros países

*Poco a poco vamos encontrando el camino a la competitividad. Una de mis observaciones es que las empresas son tan buenas como las personas que las componen y hemos venido cargando con una generación de líderes empresariales que no están al nivel de los retos que los diferentes escenarios les presentan.*

**A**unque los problemas estructurales son muy grandes en todos los países de habla hispana, la habilidad de un buen gerente es encontrar respuestas a pesar de las dificultades. En nuestros países normalmente no es así. Los llamados “gerentes” a pesar de que cada vez son más preparados, en su mayoría no cuentan con las competencias reales necesarias para ocupar el cargo. Les falta lo que llamamos: “rigurosidad científica empresarial”. Sin embargo, algo especial está sucediendo: poco a poco estamos entrando en lo que me gustaría llamar la “fiebre de la inteligencia artificial”.


Poco a poco hemos venido encontrando casos en los cuales finalmente los empresarios están entrando en sintonía con la tecnología y algunas organizaciones han desarrollado aplicaciones de inteligencia artificial para diversos usos, en especial el comercial y el financiero. Aunque el camino todavía es lento, pero los beneficios de implementar este tipo de tecnologías se están dejando ver.

Esencialmente, los empresarios se han dado cuenta que invertir en tecnología, por costoso o no tan costoso que sea, les brinda dos de las cosas que a ellos más les gusta: Control y Rentabilidad. Control porque la tecnología es parametrizable, y estandarizable, y la tecnología, bien manejada, ahorra tiempo, ahorra dinero y permite una mayor eficacia a la hora de entregar el servicio.

Por supuesto, todavía hay una curva de aprendizaje que va a tomar su tiempo, pero lo interesante es que la velocidad de implementación se ha cuadruplicado

en los últimos años y, por lo menos yo espero, que el ritmo se incremente en poco tiempo.

En Colombia por ejemplo, sólo falta superar un escollo muy importante y es que, como de costumbre, el Gobierno es demasiado lento para adaptarse a los requerimientos que trae el futuro inmediato. No por nada Colombia ocupa el puesto 53 entre 68 países en términos de competitividad. Si queremos cambiar esto, hay un primer paso que abriría nuevas oportunidades. Es necesario que la llamada Educación No Formal, es decir, de las Instituciones para el trabajo y el desarrollo humano, que son de los niveles técnicos y tecnológicos, en los programas que están relacionados con la tecnología, puedan tener metodologías a distancia y virtuales y de bajo costo que, incluso, puedan ser gratuitos. Pues si no lo sabía, hoy no se puede. Está permitido sólo para universidades con programas de licenciatura o profesionales que duran demasiado tiempo y son costosos, y lo que queremos son programas técnicos virtuales de 12 meses, de buena calidad y al alcance de personas de pocos recursos.

Si bien la penetración del internet es de tan sólo del 56 por ciento, lo que representa 28 millones de personas, más del 70 por ciento de esta población son jóvenes con capacidades para el desarrollo de habilidades en tecnología, el permitir la Educación Técnica para el Trabajo y el Desarrollo Humano, sea abierta, virtual y a distancia, cambiaría radicalmente y en muy poco tiempo el escenario de competitividad del país. Señora Ministra de Educación, póngale controles a la rigurosidad académica pero permita que suceda. Sería como dar un salto cuántico en competitividad. 



## Qué fácil es hablar de ética

*A todos nos encanta sentir que estamos en lo correcto y que lo que hacemos es lo correcto. Para lograr esto se requiere tener una estructuración fuerte sobre tres elementos simbióticos: Ética, Moral y Dignidad. No obstante no tenemos ni idea ninguno de los tres...*

Las malas noticias son abrumadoras. Cada día los noticieros, los periódicos y las redes sociales traen infinidad de ejemplos de hasta dónde ha llegado la degradación del comportamiento de las personas.

Este tema lo pusimos a consideración de mi aula de clase en el diplomado sobre Pedagogía y Desarrollo Humano que estoy dictando en la institución de la que soy Rector. ¿Qué es lo que está pasando? Y la respuesta, fue la misma de siempre: la pérdida de valores.

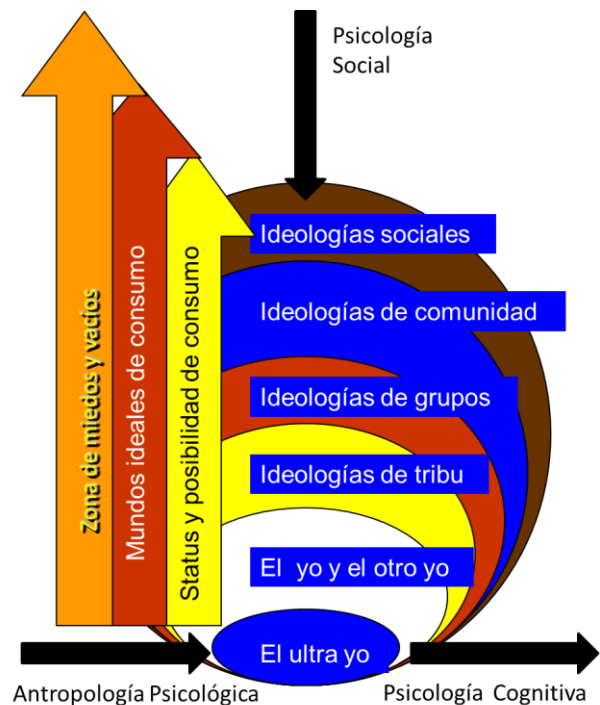
No obstante, quise llamarles la atención sobre algunos aspectos a considerar. Lo que estamos viviendo es, a la vez, síntoma y resultado. Síntoma porque es la parte visible de un cáncer que está muy profundo en el cuerpo social, y resultado, porque no surgió de la noche a la mañana, lo produjimos nosotros mismos.

Tengan claro – les dije – Lo único realmente cierto es que cuando una persona se despierta en la mañana, tiene dos tareas derivadas del instinto de sobrevivencia: alimentarse y alimentar a los suyos. Y cuando digo alimentarse no me estoy refiriendo sólo al hecho de comer.

Me estoy refiriendo a proveer las cosas necesarias para la vida. Todo lo demás, es creación social. El cómo lo hace esa persona, está reglamentado de muchas maneras artificiales que la mente no siempre acepta y nuestro instinto depredador se impone.

No, no estoy justificando nada. Trato de comprender de dónde se origina la problemática y

repito que eso que mencionamos, los valores, entre otros, no es más que una invención social, que no está en nuestra naturaleza. Recordemos que el origen del hombre es salvaje y que en el recorrido de miles de años de sobrevivencia, acumuló saberes instintivos que se guardaron en nuestra memoria genética y que todavía hoy están en nuestro cerebro



Por otra parte, está el escenario social. Aunque la palabra ideología tiene concepciones que a las personas no les gusta, todo sobre el planeta corresponde a una ideología, una global y otra territorial, es en la ideología, como lo podría decir Carl Jung, en donde se forman los inconscientes colectivos. Y la nuestra, la occidental, tiene de fondo dos elementos importantes. El primero es el capitalismo, como marco de referencia, y como ustedes saben, el capitalismo es salvaje y muy

exigente, al punto que cada persona sustenta su derecho a la existencia, de acuerdo a su capacidad de producción, lo que nos lleva al segundo elemento, la educación. Nuestro sistema educativo está muy lejos de ser un real sistema educativo y se ha convertido en un sistema reproductivo, que no hace más que parir la mano de obra que el capitalismo necesita.

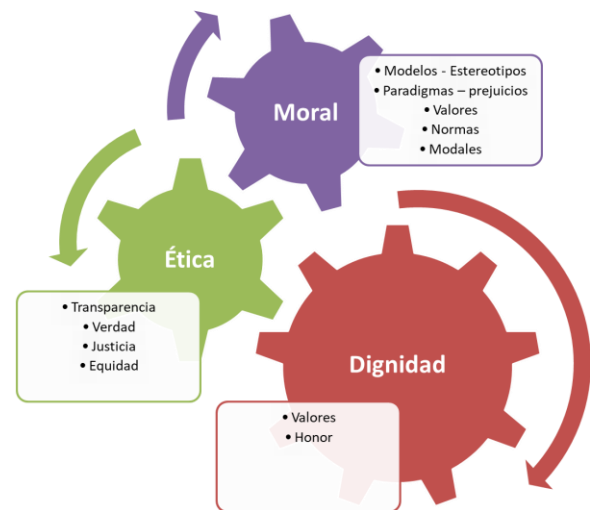
En ese sentido, podemos darnos cuenta de que la ausencia de educación no ha sido más que una estrategia para mantener el sistema.

Y finalmente, está lo que el sujeto aprende de ambas cosas: lo que le viene de su memoria genética, lo que le viene de su entorno ideológico, y eso que él aprende, de la manera como "alimentarse", eliminar el miedo y de su lugar en el sistema, es lo que determina su comportamiento. Es por eso, que las miles de malas noticias sobre el comportamiento de las personas, no es más que el síntoma de problemáticas de fondo.

No obstante, de eso es de lo que se trata. Por eso, estudiamos el tema. Es para superar nuestros instintos salvajes que creamos la civilización. Y como todos los ideales, como el éxito, la excelencia y la felicidad no se justifican por su existencia sino por su búsqueda permanente, porque es esa búsqueda la que nos hace evolucionar como seres humanos civilizados. Tenemos lo que llamaríamos un decálogo del deber ser de los criterios con los cuales nos debiéramos comportar:

1. Justicia,
2. Igualdad,
3. Equidad,
4. Libertad,
5. Respeto,
6. Transparencia,
7. Honestidad
8. Verdad,
9. Actuación correcta
10. Consecuencia de los actos

Cada uno de ellos fáciles de comprender, no tan fáciles de aplicar y que han tenido un gran despliegue en toda la bibliografía que se ha sacado sobre la Ética. No obstante, debemos tener un asiento en la realidad. Estos criterios están enmarcados en tres grandes líneas: la ética, la moral y la dignidad. La primera, se supone que es global, la segunda es territorial y la tercera es personal. Y cada una de ellas se supone que debe regir nuestro comportamiento diario.



Tomemos por ejemplo la Ética en cuatro de sus elementos que para mí son primordiales pues tienen el poder de modificarnos completamente cuando se usan como criterios de vida: transparencia, verdad, justicia y equidad. Aunque se trata de principios universales, siempre queda de fondo una gran pregunta: ¿según quién? ¿Quién califica algo como transparente, determina que algo es verdad, que algo es justo o equitativo?

Y lo cierto, es que estas respuestas no deberían quedar a la subjetividad de nadie, incluso si se trata de una institución, pues cómo veremos, eso podría ser peor.

Luego viene la moral. Yo, como la mayoría de las personas, no tengo ni idea de lo que realmente es la moral. Puedo hacer una aproximación desde mi visión subjetiva. Ya dijimos que la moral es territorial y por ende está compuesta de todos los

inconscientes colectivos que surgen en nuestro entorno: Modelos – Estereotipos, Paradigmas – prejuicios, Valores, Normas, Modales.

Pongo de primero los modelos y estereotipos, pues aludiendo a Martin Linsdtron, con sus “neuronas espejo” el ser humano aprende de lo que ve. En este caso, el sujeto recibe ejemplos de éxito a seguir en su comunidad y que le dicen que determinado comportamiento le llevarán a obtener lo que desea para “alimentarse”.

En mi región, por ejemplo, tenemos al “Arriero Paisa”, que es el ejemplo de la tenacidad y del trabajo, no obstante también hace apología de la trampa y el engaño, como argumento “válido” para lograr sus objetivos. A eso le llaman ser “avispa” y, a sabiendas de que se trata de violentar y faltarle el respeto a otros” la sociedad lo ha tomado como modelo para el “modus vivendi”. Está muy metido en nuestro estilo de moral: “el vivo vive del bobo”.

De allí, nacieron algunos estereotipos, por una parte está Pablo Escobar Gaviria, todavía muy amado por algunos lugares, incluso se consigue camisetas de él en la calle. También conozco un grupo empresarial que se las da de muy “iluminado” pero que en su práctica siguen siendo unos “arrieros”.

Tengo la idea de que aquí radica el problema. La falta de modelos de éxito adecuados, de su adecuada promoción y el desarrollo de un camino que permita imitarlos, es lo que lleva a la población a asumir los comportamientos que muestran modelos de vida exitosos. El artista que se droga, el jugador que se vende, la cirugía plástica como forma de ofertar el cuerpo, el empresario avispa, el político mentiroso, el cura pedófilo, entre muchos otros.

La violencia de las bandas criminales permite que un muchacho en una esquina, la mayoría de las veces drogándose, gane mucho más dinero que una persona que se esforzó por estudiar, ir a la

universidad y ser un profesional que termina manejando un taxi que ni siquiera es propio. Si el objetivo final es la comodidad que da el dinero, este se puede conseguir sin esfuerzo, sólo dejándonos llevar por nuestro entorno. Algo está mal.

Y también tenemos modelos de lo que no funciona. Algo así como un Secretario de Educación Municipal queriendo borrar las “fronteras invisibles” con comparsas y saltimbanquis.

Luego vienen los paradigmas y prejuicios. Por ejemplo, Un análisis que realizamos sobre la estructura mental de los grupos directivos nos llevó a la conclusión de que se asemeja mucho al modelo “neonazi”, en el sentido de que se creen una raza superior y que deben suprimir a las razas inferiores. Si usted está atento, por ejemplo, se dará cuenta que en la gran mayoría empresas, de todo tipo y tamaños, de nuestro país, no hay “realmente” negros ni indígenas, con algunas muy contadas excepciones.

También encontramos los denominados “Valores Sociales”, que no dejan de ser un discurso vacío, pues las instituciones que los predicán no los aplican. Algo así, por ejemplo, los carros del sacerdote, la compra de votos, las dobles contabilidades, entre otras, y son estos mismos personajes quienes nos hablan de honestidad, responsabilidad y respeto...Y la población los ven.

Otro tanto sucede con las normas. Siendo que la legislación se creó para facilitar el bienestar común, la normatización nacional, regional y local, regularmente corresponde a los intereses de unos pocos. En nuestro país, piense en, a quién favorece nuestro sistema de salud, a quién favorece realmente la inversión extranjera, a quién favorece el sistema educativo, a quién favorece el sistema de justicia, entre otros. Y cuando encuentre la respuesta se dará cuenta de quiénes pagaron para obtener esa legislación, y la población los ven. Entienda que supimos de Odebrecht, porque se


dejó pillar. Pero ni crea que se trata de una cosa única ni de ahora. Hasta un prócer de la patria recibió ganancias por entregar nuestro territorio.

Tanto los valores como las normas, están unidas a los modales. La idea de modales, que son normas de comportamiento, se descompone en Protocolo y Etiqueta, Cortesía y Urbanidad.

El protocolo es un conjunto de pautas a seguir para el respeto a las jerarquías, la etiqueta es el conjunto de pautas a seguir para comportarse en actos sociales, la cortesía es el conjunto de pautas que debemos seguir para relacionarnos con otras personas y la urbanidad es el conjunto de pautas a seguir para vivir en la ciudad. Como podrá darse cuenta, todos son "conjunto de pautas", y como están sujetas a valores que nadie cree y a normas que sabemos que son "amañadas", la población tampoco vivencia estos modales.

Y viene mi parte favorita, la dignidad. Desde mi perspectiva, la dignidad está compuesta por un círculo virtuoso que incluye los Valores Personales y el Honor, entendiendo este último como la construcción de comportamientos "honorables" y para ello utilizamos el decálogo que mencionamos al principio, bajo mis propios criterios, bajo lo que a

mí mismo me parece correcto en términos del respeto por el otro y el respeto por la vida, buscar comportarse y vivir según lo que yo creo que es Justicia, Igualdad, Equidad, Libertad, Respeto, Transparencia, Honestidad, Verdad, Actuación correcta, Consecuencia de mis actos. Nadie me los tiene que decir. A partir de mi propio razonamiento y de mi propio sentido común, yo mismo determino lo que está bien y lo que está mal. Sin importar las leyes, normas y modelos que mi sociedad me trae. Claro, es difícil llegar a esto, pues implica el acto de pensar por mí mismo, lo que no es fácil con nuestro sistema educativo. Todavía así, hay maneras.

Establezco mis propios criterios, mis principios y los defiendo, a sabiendas de que dignidad y honor significan la defensa de mí mismo: mi reputación, mi persona y mis valores y que si en algún momento los quebranto o renuncio a ellos, estoy traicionándome y es difícil vivir con ese remordimiento, así que simplemente, contra viento y marea, defiendo los valores en los que creo. Esto quiere decir que debo estar consciente de que vine a este mundo a algo más que a depredar para "alimentarme". También vine a construir y a dar ejemplo. 

### Disponibles en Amazon Kindle



La revista Estilo Gerencial es una producción Adviser Communications