

Editorial:

Un voto de confianza para el DANE

Seleccionar por talento

Región Caribe: Continúan los retos y desafíos en cobertura y calidad en educación superior

- Las RRPP y las nuevas tecnologías
- Tecnología aplicada a las ventas
- InterNexa se la juega en el mundo gaming
- ¿Qué son las nubes híbridas?
- Mejorar la conectividad rural
- Sistemas del ecodiseño
- Potenciar el teletrabajo
- Democratizar la fibra óptica

Para empresarios competitivos



Nuestra prioridad es aportar a la formación de los cuerpos directivos de Iberoamérica mediante la provisión de periodismo empresarial de alta calidad: la revista web estilogerencial.com es un medio para que los consultores se den a conocer utilizando para ello artículos con temas de educación empresarial que orienten a los gerentes para resolver los retos de la actividad directiva. La revista es de circulación gratuita, no cobramos por las suscripciones ni cobramos por la participación de los consultores; y no pagamos por los artículos. Contamos con 52 mil suscriptores directos, además de quienes nos siguen por las redes sociales. Recuerde descargar las ediciones anteriores desde nuestra web estilogerencial.com

Contenido

Un voto de confianza para el DANE	4
Seleccionar por talento	6
Las RRPP y las nuevas tecnologías	7
Tecnología aplicada a las ventas.....	9
Los principios de la administración y la digitalización empresarial.....	11
La transformación digital no es sólo aprovechar cualquier momento para conectar con los clientes.....	12
Conectividad y almacenamiento de información: piezas clave para la continuidad del negocio	14
InterNexa se la juega en el mundo gaming.....	16
Cuatro consideraciones de las empresas a la hora de una transformación digital	17
Innovación Social para construir un mundo mejor y más sostenible	19
Sistemas del ecodiseño: una solución para la eficiencia energética de las industrias.....	21
¿Qué son las nubes híbridas?: uso y ventajas para las empresas.....	23
¿Por qué aún no se ha convertido en una empresa de tecnología?.....	25
Potenciar el teletrabajo una herramienta para reactivar la economía	27
Desafíos en negocios de plataformas tecnológicas que llegaron en el 2021	29

Mejorar la conectividad rural, es el objetivo de IP Technologies para reducir la brecha digital en Colombia.....31

Democratizar la fibra óptica es el camino para una sociedad conectada.....33

Edificios Inteligentes e Hiperconectados: La tendencia que está dominando en América Latina36

Región Caribe: Continúan los retos y desafíos en cobertura y calidad en educación superior.38

El retrato.....42



<http://escueladerrpp.com>

La estrategia de la comunicación

Cecorp.com.co

Un voto de confianza para el DANE

El gobierno, los ministros, las cortes, los congresistas y los políticos en general, parecieran creer que la ciudadanía no los observamos. Lo hacemos. Cada vez que se pierde dinero, tienen peleas, compran votos o generan desinformación, nosotros, el pueblo, lo tenemos en cuenta, aunque en las votaciones nos tomen por "idiotas útiles" para mantener el poder, y por nuestra pobreza, el populismo, la demagogia y el engaño... ¡caemos!

Un caso representativo era el DANE, Departamento Nacional de Estadística, que año a año nos veía la cara con sus informes, en especial aquellos relacionados con la calidad de vida. Cuando veíamos la información en las noticias, era imposible no comparar con la realidad y expresar nuestra frase consuetudinaria ¿En dónde merca el DANE para nosotros ir? Con esto nos referíamos a que las evidencias físicas sobre la calidad de vida de la población contradecían superlativamente los datos. Y no nos sorprendía para nada que esa información respaldará la supuesta gestión del gobierno y de diversas instituciones, pero los ciudadanos no somos ciegos.

Un cambio importante se ha dado en los últimos años. La información que ha entregado el DANE, se está pareciendo más y más a nuestra realidad. Aunque es imposible dejar pasar el precio por el cual un exministro compra huevos, en una muestra de la irrealidad en la que viven los funcionarios en nuestro sistema centralista y que legislan y dirigen para la corrupción, por acción o por omisión, sentimos que el DANE ha empezado a decirnos la verdad y, pareciera ser, que no está acomodando la información.

Esto, sumado a la presentación ante la Cámara de Representantes del Proyecto de Ley 222 de 2021 "Por la cual se expiden disposiciones sobre las estadísticas oficiales en el país" y que busca adecuarse a estándares internacionales y, en especial, busca la autonomía de la entidad ante el gobierno, nos hace tener la esperanza de tener una institución de evaluación y medida que nos muestre la realidad de la calidad de vida de la población y podamos tener confianza en que se convertirá en un faro que nos diga, de verdad, con cifras, si la gestión del Estado sirve o no sirve.

Esperamos que la Ley se consolide e incluso, la institución piense en ir más allá. La Registraduría, la DIAN, el DANE, el sistema estatal de salud y el sistema estatal financiero, debieran tener una sola unidad de información integrada, basada en tecnologías y que le haga seguimiento a cada ciudadano, utilizando además la cédula electrónica. Ya supimos de una inteligencia artificial semejante y la hicieron en seis meses. Señor Juan Daniel Oviedo, tiene nuestro voto de confianza y esperamos que alcance a fortalecer el cambio antes de que termine su periodo.

G. M. Wilson

Informativo **LA REGIÓN**

¡Más que una noticia!

ISSN 2248-8979



FaceLive LA REGIÓN MAGAZINE

Emisora Online LA REGIÓN Play Store

Fan Page LA REGIÓN MAGAZINE



You Tube



rumble

www.prensalarregion.com

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

periodicolaregion1@gmail.com

laregionantioquia.blogspot.com



31 2 768 00 86

Calle 99C No. 74-34 Medellín, Colombia

Seleccionar por talento

Como nos comprometimos, promoveremos a las empresas y seleccionadoras de personal que eviten escoger por hojas de vida y por historias y seleccionen por el talento para realizar la tarea. Recordemos que los estados financieros no tienen sexo, raza, profesión, edad, ni otras razones discriminatorias, lo que sí tienen es el esfuerzo de gente extraordinaria que se destaca en aquellas tareas que nos llevan a cumplir nuestros objetivos estratégicos.

Una de las organizaciones que se reportaron fue <https://interacpedia.com/> que sorprende por sus retos empresariales y que permite competir en franca lid, con demostración de talento, por pertenecer a una compañía. Es justamente lo que buscamos. Esperamos que este tipo de modalidades se adapte para áreas que no son tecnológicas, sino para cualquier puesto de trabajo.

También recibimos esta carta:

“Muy buenos días,

Amablemente me permito comunicarme, para dar respuesta al comunicado que han remitido de manera general a diferentes empresas de diferentes sectores, y haciendo énfasis en nuestra necesidad latente de personal de la línea profesional que el Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional representa. Teniendo en cuenta la situación económica del país y con el objetivo de hacer crecer nuestro negocio, las empresas que representó se han visto en la obligación de desarrollar modelos diferentes para la vinculación de personal, todo con el objetivo de brindar oportunidades y de la misma manera cumplir con metas de crecimiento que al final aporten al crecimiento del país, nuestras empresas tienen dificultades para encontrar publicistas, expertos en marketing, expertos en negocios capacitados en nuevos modelos de negocio que aporten al desarrollo conjunto de clientes, para eso estamos impulsando una plataforma que le permita a personas trabajar como expertos en el apoyo puntual a proyectos. La plataforma se llama Eteamer (<https://eteamer.co>), esperamos que se convierta en el canal principal de contratación de expertos y que sea rentable tanto para nuestras empresas como para el grupo de profesionales que se vinculen, actualmente no tenemos vinculados publicistas ni otro rol administrativo pero por medio de este correo los invité a que se registren, no tienen costo y nuestro equipo de Eteamer se encargará de impulsar su disponibilidad para que aparezcan fuentes de contratación de expertos.

Agradeciendo la atención prestada espero sinceramente que este esfuerzo que hacemos para simplificar la contratación y dar oportunidades para que los profesionales del país generen ingresos sea bien recibido por parte de la comunidad que representa”.

Amablemente,

Edwin Ariza

CEO, Chief Executive Officer

Móvil: +57 3186195270

Altos del Jardín N° 12, Bucaramanga, Santander, Colombia.

Las RRPP y las nuevas tecnologías

Las profesiones de la estrategia.

Si bien la cuarta revolución industrial es un hecho y, desde el chip mental, todos debemos meternos en sintonía con la transformación digital, como ya es costumbre, nos quedamos en la forma y no nos enteramos o menospreciamos el fondo, cuando es este fondo la esencia de nuestra competitividad.

No importa si estudiaste dos o cinco años, una carrera de comunicación, mercadeo o publicidad en cualquiera de sus variantes, parece ser que tu destino es ser community manager, diseñador gráfico, generador de contenidos y gestor de redes, además de manejar la comunicación interna de una organización, lo que significa la producción de boletines, carteleras o comunicados, y si te sobra un poquito, te debes encargar, además, de la celebración de los cumpleaños y demás eventos.

A las universidades les parece que esto es natural y que no importa mientras te contraten y te paguen el salario, pues el promedio del rubro es de 1.5 salarios mínimos. Todo esto, en detrimento de quienes estudiaron para realizar esas tareas.

Como alguien me lo manifestó: «en la práctica, eso no importa y que debemos estar muy agradecidos de que esto ocurra, pues el desempleo profesional es muy alto». Mis bendiciones.



Todavía así, cosas como el Branding y las Relaciones Públicas, no se han desaparecido, también evolucionan y utilizan las nuevas tecnologías, aunque sean estrategias en desuso por un número muy grande de micro, pequeñas y medianas empresas, no así de la gran empresa, que por eso son grandes.

De entre todas las tecnologías que se han potencializado últimamente, en especial aprecio tres: **las de inteligencia de negocios, las de inteligencia artificial y las de inteligencia de RPA.**

La primera nos brinda información que nosotros, con nuestra formación, convertimos en conocimiento, y las segundas nos permiten crear entornos de aplicación, que por demás se están

volviendo extraordinarios; las Robotic Process Automation integradas con IA, independiente de su tamaño, la organización que no las tenga, es sospechosa en su gestión y competitividad, pues convierten las estructuras empresariales en máquinas autocontroladas efectivas que minimizan el error a la vez que permiten que el enfoque de los humanos sea realmente sobre los humanos y no en los procesos.

Lo más interesante es que con una construcción bien hecha, las tres terminan siendo una misma y que podemos usar como un dashboard orientado a okr's, no sólo a kpi's.

Esto implica otros niveles de aprendizaje para quienes somos profesionales de comunicación, mercado y publicidad.

Debemos aprender la estrategia contenida en estas tres inteligencias y sus modalidades tecnológicas, no para su construcción, sino como usuarios para la planeación, creación de entornos de aplicación y la obtención de resultados. Si bien no sobra entender algún lenguaje de programación como Python, R o SaS, lo que sí debemos aprender es cómo se cómo se les saca provecho a estas inteligencias.

En ese sentido, se vuelve obligatorio saber cómo usar las herramientas de captura y las de análisis de datos. Aprender cómo se estructuran las relaciones ciber físicas, sus interacciones habladas y de NPL. Procesamiento de lenguajes naturales (Natural language processing)

Aprender a darle usos de investigación y comercio a las funcionalidades de visión y reconocimiento físico que traen las nuevas tecnologías. Aprender la aplicación de las automatizaciones de marketing, y con todo esto aprender a convertir las herramientas y acciones tecnológicas en resultados tanto de relacionamiento como financieros de una organización.

Los nombres de las herramientas son múltiples: Power BI de Azure, People Analytics, Stive.ai, Watson Analytics, Einstein Analytics y con el pasar del tiempo se volverán más y más.

Lo importante aquí, es que los profesionales de comunicación, mercadeo y publicidad, son los profesionales de la estrategia. Usarlos para un mal entendido Marketing Digital, no es sólo un desperdicio de dinero, vuelve a la empresa como un barco sin brújula y, definitivamente, es una pérdida de competitividad.



Escuela
Superior
del Servicio



Consejero
Gerencial



Revista
Estilo
Gerencial

Tecnología aplicada a las ventas

“estrategia y valor”

En nuestro universo actual no podemos desligar la tecnología de ninguno de los ámbitos ni sociales, ni culturales y mucho menos del ámbito de empresarial y de los negocios, siendo uno de los más impactados en de las ventas.

La tecnología es un eje transversal en nuestra vida y en las ventas llego para quedarse, para optimizar los procesos, para brindarle nuevos escenarios de oportunidad a muchos negocios y en algunos casos para enterrar a otros que no se han reconfigurado.

A raíz de ello se desarrollaron software especializados en ventas, en geo localización, otros desarrollos que permiten la integración de las diferentes áreas de la empresa y en la automatización de procesos que antes eran humanos y que buscan optimizar los canales de atención, servicio, y facturación.

Pero los que fueron la columna vertebral de estos cambios fueron los requerimientos y transformaciones que se han dado en la metodología y recursos en los procesos comerciales, al evolucionar las metodologías, los procesos y los canales de ventas la industria cambio o evoluciono.

Una de las primeras apariciones fueron los CRM, que de forma muy analítica atendió necesidades de seguimiento comercial



permitiendo como primera medida evaluar los procesos en si mismos, los resultados, las nuevas posibilidades de medio y de contacto con el mercado, con los clientes y con sus requerimientos reales, adicional a esto empezaron a generar una información clave para la toma de decisiones y para brindar mayor asertividad en el proceso.

Grandes ventajas de la tecnología aplicada en el área comercial:

Trazabilidad: la posibilidad de rastrear todos los procesos comerciales permite detectar las debilidades, las fortalezas, pero sobre todo la información vital para los clientes, determinar los factores que está siendo claves en el proceso y elevar las pasas de éxito.

Seguimiento: La posibilidad de saber perfectamente en que proceso se está, el manejo de los clientes, la efectividad de los asesores, evaluar la correcta capacitación de ellos en la organización.

Profundización en los procesos: Cuando conoces lo que haces, en donde estas fallando, en donde estas siendo asertivo y efectivo, te lleva a una analítica clave y cuando juntas toda la información que te arroja el análisis junto con los factores tecnológicos que te permiten generar proyecciones y mejorar tus tasas de éxito.

Canales de contacto: la tecnología abrió un universo en cuanto a canales de contacto con el cliente que antes no existían desde el celular, las redes sociales, los motores de búsqueda, la geolocalización y otros tantos recursos de impacto directo al consumidor/cliente/comprador ha permitido personalizar el proceso, hacerlo más directo y humano con un mix de recursos tecnológicos que permiten conocer a profundidad el nicho.

Big Data: la generación de gran volumen de información abrió un universo de variables y analíticas que permiten llegar a nichos más receptivos, determinados y con

mayores probabilidades de aceptación del producto y/o servicio ofertado.

Inteligencia artificial: los procesos automatizados, intuitivos en los cuales el sistema aprende con base en las respuestas y reacciones generadas donde estos sistemas generan comprensión de los procesos generando respuestas humanizadas, donde estos sistemas aprenden y se vuelven más predictivos.

Todos estos medios o recursos se han generado para maximizar el resultado comercial, mejorar las ventas, los ingresos de las compañías, donde optimizan el resultado, trabajan 24/7 y no cobran más por ello, no se enferman, no faltan al trabajo y mucho menos hacen huelgas, aquí la productividad esta al máximo sin embargo es allí donde el factor humano no deja de ser relevante solo que el rol cambio y quien lo entienda, se adapte y evolucione de acuerdo con esos cambios estará destinado a la súper vivencia, a crecer y multiplicar.

Carlos E. Roa Cuesta

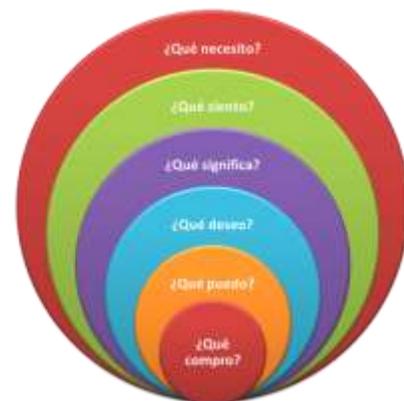
ceo@tangramcolombia.co

tangramcolombia.co



¿Sabe usted qué es el Marketing Conductual?

Escueladelservicio.com



Los principios de la administración y la digitalización empresarial.

Los Administradores o Gerentes de Empresas, históricamente cimentaron sus principios de Administración, en enunciados desarrollados por autores como Frederick W. Taylor, Henry Fayol, Peter Drucker y otros eruditos en la materia, cuyos principios se sustentaron en temas básicos como planeación, organización, dirección, control, ejecución, liderazgo, objetivos, toma de decisiones, recurso humano como fuente del saber y el conocimiento, descentralización de las decisiones, el autogobierno de las empresas, eficiencia y logro de objetivos, factores que fueron consolidando el marco de referencia o la esencia de los principios para la eficiente administración de las empresas.

En los nuevos conceptos de Administración, influidos por los avances tecnológicos y la transformación orientada a la sistematización de los procesos, la virtualidad, la digitalización y otras teorías sustentadas en la Cuarta Revolución Industrial, aquellos principios o enunciados de "los padres de la administración" parecen haber perdido vigencia o importancia, frente a los nuevos paradigmas de la "modernidad empresarial".

En las circunstancias actuales, cuando nos referimos a las prioridades de las empresas para superar la crisis ocasionada por la pandemia, y avanzar competitivamente en una recuperación exitosa, se promueve como herramienta indispensable, la "transformación digital" como tabla de

salvación para el renacimiento o la reactivación empresarial, apoyados igualmente en la "resiliencia" de sus directivos o empresarios, y así encaminarse hacia un mejor futuro.

La "transformación digital" parece ser un principio o instrumento orientado al mercadeo y comercialización de los negocios, pero poco aplicable a los elementos constitutivos de "los principios de la administración" enunciados por Taylor, Fayol, Drucker y otros versados tratadistas y estudiosos que los fundamentaron como elementos básicos para la gestión y conducción de las empresas.

Parece valido considerar que los postulados que orientaron los ejes o pilares de la administración de empresas, siguen teniendo vigencia, aún con los cambios que implica la digitalización de las empresas y su orientación a mejorar la eficiencia en los procesos, con el objeto de crear valor agregado y ser más eficientes en las respuestas a las demandas del mercado.

Los nuevos emprendimientos soportados en los avances tecnológicos y arropados por las políticas de la llamada Economía Naranja, tomaran en cuenta para ser exitosos, los elementos enunciados por los "padres de la administración.?"

José Miguel Carrillo

Ex-Presidente de Acopi
carrillomendezjm@hotmail.com

La transformación digital no es sólo aprovechar cualquier momento para conectar con los clientes



Aún si bien es cierto que el cliente debe estar en el centro del modelo de transformación digital, no solo se debe enfocar en trabajar el área comercial para aumentar las ventas, la empresa no se compone de una sola área, se debe interconectarlas todas bajo el modelo de negocio y en función de mejorar la experiencia del cliente... un punto de partida para el área comercial, podría ser averiguar qué nivel de desarrollo del marketing basado en datos tiene la empresa y descubrir qué se puede hacer para alcanzar el máximo potencial.

Gonzalo A. Alfonso S.
Ceo Softline S.A.

La importancia del desarrollo digital

Ya es bien sabido por todos los cambios en el comportamiento de los consumidores, como los dispositivos móviles abrieron esos canales y acercaron la internet a sus vidas. Estos dieron "poder", poder de conseguir exactamente lo que se requiere, poder de la inmediatez, poder del menor esfuerzo; entonces porque no, pensar en anticiparse a satisfacer las necesidades de los clientes.

¡Si las expectativas aumentan, también lo harán las exigencias!

Los seres humanos por naturaleza son curiosos, al crear y darle herramientas se vuelven exigentes, aún sin interiorizarlo o tenerlo claro, se busca experiencias relevantes, y con el tiempo se vinieron personalizando al descubrir que no todos tienen los mismos gustos o necesidades, hoy lo vemos lógico, antes no lo era tanto, todos

se uniformaban no había problema. Entonces llego la impaciencia de querer las cosas más rápido, ponerlas en marcha al instante, por lo tanto, ¿Qué se puede hacer para cumplirle a esos consumidores "curiosos, exigentes e impacientes"? ¿Qué poder hacer para alcanzar ese nivel de madurez digital? ¿Cómo anticiparse a las necesidades de los clientes?

Obviamente lo primero que se debe hacer como en cualquier otra situación donde se requiere dar solución a algo es: "Estar presente" para quién lo requiere o necesita, es "estar cerca", "es escuchar", "es guiar", "es recomendar", "es transferir conocimiento", "es empatía", donde hoy a través del poder de la tecnología se hace más fácil para "estar presente", para conocer al otro a través de los datos.

Segundo se debe "Ser útil" en toda la cadena de interacción, de nada sirve si atrae, enamora,

recomienda, vende y desaparece; tercero se debe "Ser rápido y ágil", aunque son sinónimos, el uno es velocidad, el otro es la capacidad (facilidad) que se tiene para adaptarse, para moverse con soltura donde finalmente se le ofrecerá al consumidor un modelo de negocio adecuado a su necesidad, una experiencia rápida y sin complicaciones, cumpliéndole las expectativas, llevándole confianza, seguridad en todos los canales de atención porque no solo debe ser multicanalidad sino omnicanalidad.

Determinar los KPIs o indicadores para medición

Evaluar, medirse es otro de los aspectos importantes, es así como se tendrá todos los días dos o más oportunidades para conectar con sus clientes, se olvida a veces que se tienen los canales tradicionales de contacto, la sola llamada telefónica, el envío de un e-mail, la invitación a un evento, reunión relevante o de sólo esparcimiento, no hay nada más satisfactorio que como cliente el proveedor lo reconozca por su nombre.

Hoy existen múltiples plataformas de marketing para interacción y envío de información a los clientes, pero ¿qué tan oportunos y reales son?, si todavía lo tratan para que sea su cliente donde ya ha pasado meses siéndolo; ¿a qué se debe esto? cosas tan sencillas como que las bases de datos están dispersas, no se relacionan, por ende no hay integridad de los datos y la trazabilidad dista mucho de la realidad como un todo.

"Mal de muchos consuelos de tontos" es un refrán popular que se refiere a que una desgracia es más llevadera cuando todos la padecen... Estudios recientes por Boston Consulting Group (BCG), dicen que solo el 2% de las empresas utilizan los datos y tecnología en el desarrollo del Marketing para crear esas experiencias útiles y relevantes en varios momentos del recorrido de compra.

Ventajas competitivas sostenibles

Ahora bien, las empresas que cuentan con ventajas competitivas sostenibles porque lo tienen como estrategia empresarial, de estricto cumplimiento en todas sus áreas, objetivos comunes e interrelacionados "Marketing multimomento"* aumentan la rentabilidad un 30% y los ingresos, un 20%.

A la hora de entender a la empresa como un todo, ente viviente, "gestionado por personas", que debe interactuar y relacionarse en un objetivo común y enfocado al cliente, nace la necesidad de la innovación constante en las diferentes áreas por la oportunidad/obligación de transformarse, son entonces los diferentes líderes quienes deberán desarrollar y promocionar las habilidades en sus equipos de la co-creación a nivel de producto/servicio, liderazgo humano, cultura, servicio de atención, canales de venta y Marketing donde todos tienen proceso operativos que requieren eficiencia, riesgos jurídicos y de entorno, viabilidad financiera y presupuestos a cumplir, en algunos casos variedad de plataformas tecnológicas dentro de su ecosistema donde la automatización debe estar presente, necesidad de cumplir indicadores o crear indicadores, ya que finalmente todos con ese foco estratégico deben entender que la tecnología como valor es el habilitador o palanca de transformación de su modelo de negocio.

Es entonces hora de pensar en las grandes ideas, metas, objetivos, estrategias, tácticas y finalmente como las nuevas tecnologías de hoy, llamadas 4IR, pueden ser el habilitador para desarrollarlas y cumplirlas.

*Ejecución de campañas dinámicas en varios canales optimizada para conseguir resultados y transacciones en función de cada cliente.

alfonso.gonzalo@gmail.com

<https://www.linkedin.com/in/gonzaloalfonso/>

Conectividad y almacenamiento de información: piezas clave para la continuidad del negocio

- Factores como la conectividad y el almacenamiento de la información cobraron mayor importancia a raíz de la pandemia.
- Para InterNexa, la adquisición de estos servicios en Colombia representó para el primer semestre de 2021 un crecimiento del 11,45%, con respecto al mismo período del año anterior.

Empresas de todos los tamaños se han visto enfrentadas al reto de mantener la operación de sus procesos a distancia, sumado a la adaptación de herramientas que les permitan tener cercanía y un funcionamiento óptimo. InterNexa, empresa de tecnologías de la información y telecomunicaciones, ha tenido un aumento importante de tráfico en su plataforma de conectividad en el último año y medio: regionalmente (Argentina, Brasil, Chile, Colombia y Perú) han presentado un crecimiento cercano al 49% del tráfico (actual comparado con diciembre de 2019) y en Colombia del 60%, en el mismo periodo de tiempo, demostrando así que sigue siendo un elemento fundamental para lograr la continuidad del negocio.

“En medio de las circunstancias que nos obligaron a estar en casa, una de las mayores preocupaciones ha sido la calidad del acceso a Internet, que ha generado un aumento en el tráfico, y también el almacenamiento de la información para que pudiera estar disponible desde cualquier lugar y minimizar los riesgos en

seguridad. Así que, herramientas como Thunder, nuestra nube local; nuestros cuatro data center ubicados en Bogotá, Medellín, Lima y Santiago; el ecosistema de Internet y los servicios de ciberseguridad, fueron de gran utilidad para las compañías, con el fin de evitar tener impactos negativos en sus operaciones”, afirma Santiago Restrepo, Country Manager de InterNexa en Colombia.

Para lograr una continuidad en momentos críticos, InterNexa comparte algunas recomendaciones sobre lo que deben tener en cuenta las organizaciones a la hora de buscar una solución que las acompañe:

1. Determinar desde dónde operará el negocio en caso de un desastre. Una sede alterna, de forma remota desde las casas de las personas claves o desde la sede de un tercero, son las opciones más comunes.
2. Buscar la solución de almacenamiento de información que más se adapte a las necesidades del negocio, entre servidores ubicados en un data center, cloud privado o híbrido y que

garantice poder replicar la información en caso de un desastre.

3. Contar con los datos del negocio almacenados, también es importante tener acceso a los sistemas de información que permiten que el negocio funcione. Por ejemplo, el software que permite hacer los despachos de mercancías, la página web desde la que los clientes pueden comprar, o el software de planeación de recursos empresariales (ERP por sus siglas en inglés).

4. En caso de un evento que ponga en riesgo la continuidad del negocio, la conectividad se vuelve clave para poder acceder al centro alternativo de datos (físico o

en la nube), por eso es necesario asegurar que se cuente con canales de respaldo hacia este punto de almacenamiento y con la posibilidad de accesos inmediatos ya sea a través de internet, canales dedicados o SDWAN para los empleados que requieren acceso para seguir con la operación.

5. La solución de almacenamiento y de conectividad deben trabajar como un solo elemento, ya que de nada sirve tener la información replicada si la conectividad no permite acceder o viceversa.

Efe Concepto Lab
Alejandra Morales



Una visión diferente...

Un proceso paso a paso...

Una oportunidad para entender...

Y una oportunidad para cambiar su vida.

¡Actúe ahora!
Valor: 35.000
Libro en pdf

Pídalo en estilogerencial@une.net.co

InterNexa se la juega en el mundo gaming

68% de los gamers que respondieron la encuesta realizada por InterNexa, afirmaron que aquello que más valoran es que el juego no se detenga, y esto se logra con conexiones de baja latencia y alto desempeño en los servidores donde se alojan los videojuegos.

América Latina es una de las regiones que más crece en el sector de gaming, incluso superando a Estados Unidos, pues ya cuenta con aproximadamente 260 millones de gamers según datos de Newzoo. Para quienes se han conectado con los videojuegos es fundamental que este se desarrolle de manera adecuada, sin retardos, en tiempo real y sin el riesgo de que el juego no logre tener continuidad.

“Más importante que la velocidad de descarga para los gamers, es la latencia, ese tiempo que se tardan los paquetes de datos para completar un recorrido de ida y vuelta: desde que salen del equipo de origen hasta que llegan al destino y vuelven al equipo de origen, lo que permite que el jugador viva una experiencia en tiempo real, resultando un asunto crucial”, asegura José Miguel Poveda, Product Manager de Conectividad de InterNexa.

Y añade, *“En videojuegos como Fortnite, Apex Legends o Call of Duty, una baja latencia puede hacer la diferencia entre la victoria o la derrota. Por ejemplo, si el oponente dispara y el jugador tiene una alta latencia, se va a enterar cuando ya haya perdido. En cambio, una baja latencia le permite reaccionar y tener una oportunidad de seguir jugando”.*

InterNexa, experto en redes regionales de baja latencia, se ha convertido en un aliado de las empresas para que estas ofrezcan servicios a sus clientes finales y que así estos puedan realizar una buena ejecución del juego en línea. Todo esto gracias a los más de 54 mil kilómetros de fibra óptica terrestre y submarina conectadas a los puntos de intercambio de tráfico más importantes del mundo, ubicados en Estados Unidos, Latinoamérica y algunos países de Europa con los que cuenta InterNexa.

“Le preguntamos a los gamers qué es lo que más valoran al conectarse a jugar en línea y los resultados nos arrojaron que el 68% buscan que no se detenga el juego, el 20% prefiere tener una buena velocidad de descarga y el 12% le ven más importancia a la calidad de la imagen. Desde InterNexa, nos hemos enfocado en proveer un ecosistema de acceso a Internet para minimizar la latencia y aumentar la rapidez de descarga, para que los gamers que están jugando a través de servicios de Internet provistos por nuestros clientes, cuenten con las condiciones necesarias para sobresalir en su deporte”, puntualiza Poveda.

Para reducir la latencia mientras se juega online, InterNexa recomienda:

- Usar conexiones cableadas que son más estables y menos vulnerables a las interferencias.
- Realizar análisis periódicos en busca de malware que pueden estar consumiendo recursos de red.
- Utilizar un buen router para juegos haciendo una actualización a este y al equipo desde donde juega.
- Cerrar o reducir las descargas en segundo plano ya que genera tráfico de red consumiendo recursos.
- Contratar un proveedor de internet que ofrezca un servicio acorde con las necesidades requeridas.

Efe Concepto Lab
Liliana Lozano Almario

Cuatro consideraciones de las empresas a la hora de una transformación digital

A raíz de la pandemia el mundo experimentó el equivalente a 10 años de transformación digital en 10 meses. Actualmente, los nuevos hábitos de compra online se siguen manteniendo. Las transacciones bancarias por internet y compras digitales llegaron para quedarse, el crecimiento del comercio electrónico en LATAM llegó un 230%¹, algo que no se había visto en la historia.

La situación también llevó a las empresas a evolucionar, sin embargo éstas no lo han hecho a la velocidad que necesita el mercado. No todo se resume a tener un e-commerce, la transformación digital abarca más escenarios, teniendo en cuenta que los consumidores son cada vez más exigentes, no solo buscan un producto o un servicio, sino la experiencia que se puede recibir.

Según **Fabio Ardila, Digital Advisory Director LATAM de Keyrus**, consultora internacional especializada en Data Intelligence y Transformación Digital, *"en el 2022 la transformación digital seguirá muy acelerada y el crecimiento con relación al año pasado no se va a igualar y tampoco a superar. Lo que vivimos el año pasado fue algo atípico y difícil de repetir, ahora el camino que tienen que hacer las empresas, en el caso de Colombia, es hacer esa*



transformación digital centrada en las personas. Para nosotros, lo que significa transformación digital es resolver los problemas de la gente habilitados por la tecnología y los datos".

Para Fabio Ardila es clave tener en cuenta estas cuatro consideraciones a la hora de una transformación digital y de esta manera ayudar a las empresas a tener un mayor entendimiento del tema:

1

<https://es.statista.com/estadisticas/1123914/america-latina-crecimiento-ventas-online-covid/>

1. **Centrarse en las personas:** no sólo los clientes sino también en las personas de la organización, porque se debe entender muy bien cuáles son los motivadores, las barreras de los colaboradores de la empresa cuando van a abordar una transformación digital. En ocasiones los empleados son detractores de la transformación digital porque ven el escenario digital como un riesgo para su carrera. La transformación digital no se va a dar si el equipo no va estar apoyando proactivamente el proceso.
2. **Agilidad en los procesos:** la tecnología avanza muy rápido, los procesos internos en las organizaciones son más lentos. Por ejemplo: para la personalización de una experiencia se necesitan los datos, sin estos no es viable personalizar una experiencia, entonces la clave está en evaluar cómo facilitar la información necesaria para que las cosas pasen y la transformación digital se dé.
3. **Elección de plataformas:** no todas las plataformas aplican para todos los negocios, no hay ni mejor ni peor. Lo importante es la adherencia de ésta a los problemas que tienen los clientes de cada empresa.
4. **Tener un plan ágil:** lo más recomendable es empezar con ganancias tempranas, salir rápido al mercado, experimentar, salir tan rápido al mercado como sea posible con una propuesta de valor que los clientes le vayan validando “Lo perfecto es enemigo de lo bueno”.

“Siempre recomendamos comenzar pensando en resolver los problemas de la gente, sus necesidades, las barreras, cuáles son los puntos de dolor, los puntos de valor y diseños de experiencia que sorprendan al cliente, de esta manera el proceso de transformación digital será más completo y eficiente”, asegura **Fabio Ardila, Digital Advisory Director LATAM de Keyrus.**

efe Concepto Lab
Viviana Martínez



**Escuela
Superior
del Servicio**



Innovación Social para construir un mundo mejor y más sostenible

Daniel Scarafia

*Director Regional Enterprise
para América Latina Hitachi Vantara*

Como sociedad, nos encontramos en un momento histórico sin precedentes para proponer soluciones disruptivas a los actuales problemas sociales y medio ambientales de escala global.

En esta constante búsqueda, la posibilidad de alcanzar respuestas factibles y eficientes se acrecienta gracias al uso de la tecnología digital, y al compromiso mancomunado de todos los actores involucrados en la cadena de valor.

Una prueba de ello es la campaña de la Organización de las Naciones Unidas, *Race to Zero*, iniciativa mundial a la que Hitachi se ha adherido, y que busca movilizar el liderazgo y el apoyo de compañías, inversionistas, ciudades y regiones para una recuperación saludable, justa, resiliente y de carbono neutral; que pueda crear empleos y conseguir un crecimiento inclusivo sostenible.

Para Hitachi Vantara, la Innovación Social resuelve los problemas que enfrentan las sociedades y las organizaciones productivas, al combinar la tecnología avanzada de TI con las tecnologías de infraestructura. Cuando se tiene experiencia en ambos, se puede innovar en el cambio a escala global.

La implementación de tecnologías verdes es fundamental en el seguimiento de estos objetivos, especialmente en la mitigación del impacto global generado por el cambio climático. Por ello, como compañía hemos realizado una serie de acciones concretas para mejorar nuestras capacidades en esta dirección.

Esto incluye sinergias en los cinco sectores productivos prioritarios que nos hemos fijado como horizonte: TI, Energía, Industria, Movilidad y Tecnologías Inteligentes. A través de estos buscamos

acelerar la Transformación Digital de la infraestructura social.

Por otro lado, Hitachi adquirió la empresa estadounidense de ingeniería digital GlobalLogic, lo que incrementará nuestras capacidades en desarrollo de software, y abrirá oportunidades para expandir la oferta de soluciones y servicios digitales en el mercado global.

En esta era de Transformación Digital, los datos representan el combustible que nutre los nuevos modelos de negocios. De hecho, en el terreno de la innovación tecnológica, el análisis e interpretación de datos, especialmente de los comportamientos humanos, ha modificado industrias completas.

Estas decisiones nos permitirán ampliar el alcance en el desarrollo de soluciones TI y TO, así como de productos y servicios a nivel mundial. De esta manera, como compañía estamos contribuyendo en la

aceleración de un cambio dirigido hacia una creación conjunta de valor para el medio ambiente y la sociedad.

El objetivo y perspectiva de la Innovación Social es incrementar el valor ambiental, económico y social de las organizaciones de cara al presente y futuro desafiantes, para de esta forma contribuir a la construcción de una sociedad sostenible. Es esta visión la que mueve a los más de 300 mil trabajadores que formamos parte del conglomerado Hitachi, repartidos en las diversas filiales que operamos en el mundo.

En el reciente evento de escala global Hitachi Social Innovation Forum, hemos presentado el camino para lograr un mundo mejor, más sostenible, inclusivo y que responda a los nuevos escenarios económicos, sociales, humanos y ambientales; apoyándonos en la innovación tecnológica y los datos digitales como motores esenciales de los cambios. Acompáñenos.



¿Sabe usted qué son los PREMIOS CECORP?

Desde 1971 son los premios más importantes del país para los profesionales de las Relaciones Públicas.

Ya estamos preparando los premios para septiembre de 2022

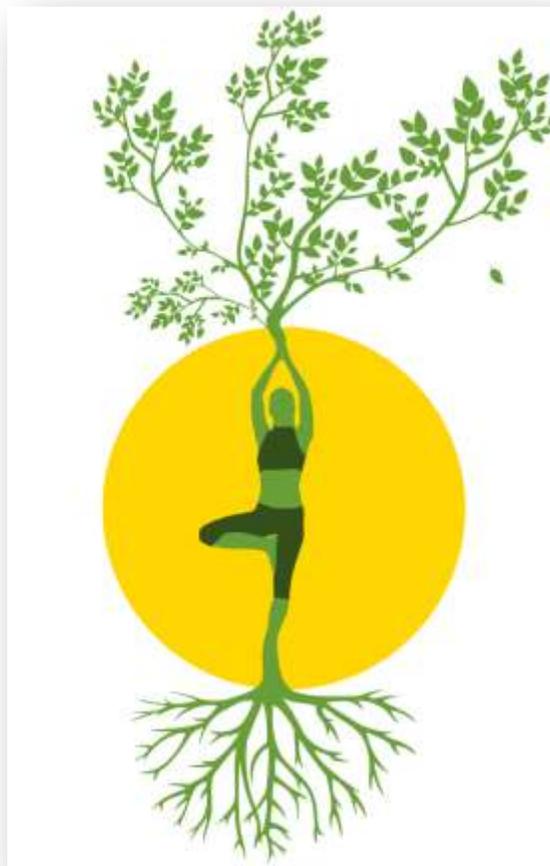
<https://cecorp.com.co/premios-cecorp/>

Sistemas del ecodiseño: una solución para la eficiencia energética de las industrias

Muchas compañías continúan trabajando por ser más eficientes y productivas gracias al avance de la digitalización y los beneficios del Ecodiseño esa meta ha sido más fácil de alcanzar.

Muchas empresas continúan uniendo esfuerzos por el desarrollo de tecnologías como solución a conseguir los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Naciones Unidas, esta ha sido una de las tareas del diseño para mejorar cualquier tipo de propiedad, ya sea de edificios, centros de datos e industrias.

Sin embargo, pocos consideran que el costo total de una propiedad o TCO (por sus siglas en inglés) incluye todos los costos asociados tanto a la compra, como a la operación de una solución y es el punto en el que es realmente importante asegurar que la sostenibilidad establezca que el ecodiseño tenga un impacto frente a las soluciones implementadas. Por lo que esta estimación financiera ayudará a compradores y propietarios a determinar los costos directos e indirectos.



Las directrices del Ecodiseño buscan tener una ventaja medioambiental, debido a la creciente preocupación del usuario tanto por el planeta como por el aumento de los costos de la energía, y esto, a groso modo, determina cómo compra. El TCO incluye todos los valores de operación y es un nuevo factor en la toma de decisiones, pues lo primordial es que

el precio del producto hoy, tenga en cuenta cómo se puede mantener.

Tal es el caso Schneider Electric, compañía que lidera la transformación digital de gestión de energía y automatización quien da a conocer un concepto muy interesante en el denominado "Producto Extendido" (Extended Product Approach-EPA), en

donde se define una aplicación controlada por motor como dos sistemas, el sistema motor y el equipo controlado, lo que permite asegurar la mejor eficiencia energética del Producto Extendido (Extended Product), por completo y no de cada producto tomado por separado.

Dicha metodología está dividida en dos fases:

EPA fase 1: Se encarga de la selección de los productos de acuerdo con los requerimientos de la aplicación. Es aquí donde el diseñador debe escoger la combinación que asegure la mejor eficiencia global, ya que tanto el sistema que controla el motor como el equipo a controlar pueden tener diferentes combinaciones: Arranque directo + motor IE3 + bomba con válvula; Variador de velocidad + motor IE2 + bomba o Variador de velocidad + motor IE3 + bomba.

EPA fase 2: Consiste en confirmar cuál es la mejor solución en términos de eficiencia energética. El resultado de esta comparación es expresado como un índice de eficiencia energética (EEI Energy Efficiency Index). La eficiencia energética de cada combinación posible se calcula a partir de:

1. Perfil de tiempo de carga de la aplicación:
Ejemplo: la bomba funciona en modo de espera 10% de tiempo de trabajo, 1/2 flujo 70% de tiempo, flujo completo 20% de tiempo.
2. Características de eficiencia energética (perfil de pérdidas).
Ejemplo: accionamiento de velocidad variable + motor de 30 kW. El perfil de pérdidas para esta combinación es 0.05 kW en modo de espera, 2 kW a 1/2 flujo, 10 kW en flujo completo.

De acuerdo con lo anterior, podemos resumir que, con un correcto diseño de bombeo basado en el Ecodiseño, se puede obtener con los pasos anteriores y la implementación de estos sistemas será de gran utilidad sobre todo para los sectores de Utilities, Oil & Gas y otras industrias que requieren una correcta gestión.

En el siguiente [enlace](#) puede encontrar la guía técnica y un ejemplo práctico de aplicación

María Carolina Rodríguez Morales
mariacaroromo@gmail.com



Servicio Gratuito

Hablemos y analicemos juntos sus problemáticas empresariales.
No cobramos por conversar.

<http://consejerogerencial.com>

¿Qué son las nubes híbridas?: uso y ventajas para las empresas

Los empresarios colombianos buscan proteger la información valiosa de su compañía y recurren al mercado en busca de una solución que les brinde seguridad y tranquilidad al resguardar sus datos, por eso se encuentran servicios conocidos como nube, pero ¿cómo funcionan? ¿cuáles son sus ventajas?, Lumen Technologies explica este servicio que se convierte en una herramienta útil para las empresas.



El concepto de nube híbrida gana popularidad entre las empresas de todos los tamaños y todas las industrias. ¿Qué la hace tan popular?, Según **Gabriel del Campo** VP Regional de servicios de Data Center, Cloud & Seguridad de Lumen Technologies “La respuesta está en la combinación de nubes públicas y privadas y su coordinación a través de una forma óptima de organización, que permite mover fácilmente datos y aplicaciones a la plataforma que más convenga para el negocio en cada momento, de manera sencilla y dinámica”

Las nubes ofrecen un ahorro de costos y las capacidades de escalabilidad bajo demanda sin límites de múltiples nubes públicas, con las habilidades de recuperación ante desastres, la redundancia total y las buenas prácticas de las nubes privadas. Una característica esencial de las nubes privadas es el de la menor latencia: al alojar aplicaciones en un centro de datos o en nodos de borde (edge), se obtiene un mejor tiempo de respuesta, se consume menos ancho de banda tanto nacional

como internacional y se alcanza una mejor soberanía de los datos.

La capacidad de mover cargas de trabajo entre nubes públicas y privadas a medida que cambian los requisitos es esencial en un contexto tan vertiginoso como el que vivimos en la actualidad.

Pero, además, este modelo aporta numerosos beneficios adicionales. “Por ejemplo, permite minimizar los gastos de capital, algo no menor en una época en

que muchas empresas enfrentan presupuestos de IT cada vez más ajustados en combinación con un incremento en la demanda de servicios digitales. La nube híbrida permite incorporar capacidad de computación, procesamiento y almacenamiento para dar soporte a estos nuevos servicios sin invertir en un costoso equipamiento para el centro de datos interno” dijo Del Campo.

Otra de las ventajas según el directivo, consiste en, eliminar también la necesidad de ampliar la infraestructura en momentos de actividad estacional excesiva, como pueden ser las ventas navideñas o un Hot Sale de comercio electrónico: simplemente se contrata capacidad para esas fechas y se vuelve al estado original al final del periodo.

Por otra parte, permite mantener el control de las cargas de trabajo sensibles, como los registros de clientes que contienen tarjetas de crédito o la información financiera, alojándola en su nube privada local, mientras se utiliza un proveedor de nube pública para recursos menos críticos. Otra ventaja clave es que acelera el despliegue

de nuevos productos y servicios. Esta velocidad de entrega es fundamental para ganar velocidad en términos de time-to-market.

“En tiempos en que los datos son centrales para la operación del negocio, la nube híbrida garantiza que la empresa esté protegida contra una falla en un sitio físico, ya sea propio o de un proveedor, las múltiples copias de seguridad en diferentes locaciones protegen la información incluso contra ataques masivos, errores humanos o desastres naturales” agregó Del Campo.

Desde el punto de vista de la experiencia del usuario, todo resulta transparente: no importa en qué nube esté alojada cada aplicación ni el dispositivo que utilice para accederla, en todo caso contará con el ancho de banda adecuado para completar su tarea con el máximo desempeño.

“La nube híbrida combina lo mejor de dos mundos para ayudar a las empresas a prepararse para un futuro que está llegando de manera acelerada” Concluyó Del Campo.

Diplomado virtual: matricúlese [AQUÍ](#)



Contenidos:

- Entendiendo al Buyer
- Smart Company: Smart Marketing, Smart Factory, Smart Services y Smart Cost
- Customer Journey Maps, Sensory Maps y Service Blueprint
- Diseño y desarrollo de servicios, Diseño UX Métricas de CX
- Fundamentación en gestión de proyectos de productos y servicios
- Planeación de la estrategia de servicio.

¿Por qué aún no se ha convertido en una empresa de tecnología?

Hace poco, una empresa de seguridad para el hogar ideó una forma inteligente de recaudar dinero para una organización sin fines de lucro que apoya el acceso a la vivienda, a un precio accesible. Presentaron un suéter navideño muy feo, conectado para hacer sonar una alarma si alguien se acercaba a menos de dos metros de la persona que estaba usando el suéter. El stock del "Suéter del distanciamiento social" se agotó casi inmediatamente.



Paul Savill,

Vicepresidente senior de productos y servicios corporativos para Lumen.

La tecnología se ha vuelto universal. Hasta las empresas de las denominadas industrias tradicionales, como alimentación, calzado y entretenimiento, están intentando lo más rápido posible evolucionar hacia empresas digitales. *"Lumen como compañía diseñada para ayudar a las empresas a gerenciar datos y a tener éxito en la 4ta Revolución Industrial, estamos muy atentos a aquello que las empresas necesitan hacer para convertirse en verdaderas compañías de tecnología",* afirma Paul Savill, vicepresidente senior de productos y servicios corporativos para Lumen.

¿Cómo pueden las empresas usar la tecnología a su favor?

Aproveche las oportunidades antes de que otro lo haga: las empresas de

tecnología exitosas saben cómo identificar desafíos y convertirlos en oportunidades, especialmente cuando esto les permite definir un mercado que aún no está maduro. Piense en el desafío continuo al que se enfrentan las empresas con arquitecturas centrales tradicionales.

Colocan sus datos y aplicaciones en lugares centralizados como la Nube. Luego tienen que transportarlos a una fuerza de trabajo distribuida y a un ejército de dispositivos inteligentes que conforman la Internet de las Cosas.

Si bien vivimos en un tiempo donde todo parece moverse más rápidamente día a día, la latencia siempre supera a la velocidad. No es posible ganarle a la distancia.

Para responder a estas demandas, Lumen introdujo una familia de soluciones de edge computing que provee una nueva arquitectura central para conectarse con las oficinas del cliente. Reduce la distancia del recorrido de los datos y disminuye significativamente la latencia. Y al confiar en procesos de producción ágiles, se puede ofrecer rápidamente nuevas soluciones y mejoras de borde (edge) basadas en los datos y en las contribuciones del cliente, lo que nos permite mantenernos a la vanguardia en un mercado emergente. Las empresas de tecnología exitosas logran incorporar adaptabilidad y flexibilidad en todo lo que hacen.

Confíe en sus instintos: cuando se trata de nuevas ideas, normalmente las empresas tantean el terreno. Sin embargo, cuando adoptan iniciativas orientadas a futuro, diseñadas para asegurar el crecimiento futuro, existe una tendencia a aferrarse al pensamiento de legado como una solución a prueba de fallas. En su lugar, deberían centrarse en los cambios fundamentales que necesitan realizar en su forma de operar.

A nivel superficial, parece una forma prudente de hacer negocios. Lamentablemente, este abordaje ignora el hecho de que posiblemente no valga la pena mantener las «viejas formas» de trabajo. Sólo adoptando nuevas maneras de hacer las cosas, una empresa se volverá lo suficientemente ágil y receptiva como para convertir ideas originales en resultados tangibles.

Focalícese en cómo venderá las “Cosas”: las empresas cambian de producto todo el tiempo. Las empresas de tecnología necesitan crear ecosistemas que faciliten a los clientes el consumo de sus productos a medida que evolucionan, en tiempo real. Estos ecosistemas de autoservicio pueden literalmente redefinir un modelo de negocios existente.

Un ecosistema basado en suscripción puede llevar a nuevos desafíos cuando se trata de establecer relaciones de negocios duraderas. Realizan ajustes en tiempo real para satisfacer las necesidades cambiantes de capacidad y conectividad. De modo que orientamos nuestras soluciones directamente en torno a la experiencia del cliente. En Lumen, nuestro modelo de éxito del cliente ofrece una forma de lograr este objetivo. Asegura un compromiso continuo y alianzas comerciales resilientes. Los equipos de Customer Success escuchan y aprenden de sus clientes, y al combinar el conocimiento con las herramientas digitales adecuadas pueden optimizar las soluciones existentes que evolucionan conforme cambian las necesidades del cliente.

"Si bien estoy seguro de que los horribles suéteres navideños (de alta tecnología o no) llegaron para quedarse, otras tradiciones están listas para el cambio. Ayudar a que las empresas de tecnología incipiente dejen atrás el "ayer" para ofrecerles cosas increíbles mañana, es algo maravilloso," concluye Savill.

Potenciar el teletrabajo una herramienta para reactivar la economía

La pandemia del Coronavirus ha acelerado los procesos de digitalización de las empresas, entre ellos la implementación del teletrabajo. Según cifras del Ministerio de trabajo, el home office o trabajo remoto en Colombia se ha incrementado en más de un 80% desde la llegada del Covid-19, además, con la aprobación de la ley 2088 de 2021 que regula esta forma de operar, las empresas y trabajadores han adoptado más este modelo.

Luis Carlos Guerrero, presidente para Colombia de Lumen Technologies, empresa experta en tecnología y conectividad afirmó que *“Debemos hacer uso de las herramientas tecnológicas que pueden hacer posible el trabajo en casa, lo que es fundamental para que las empresas puedan continuar operando y sus empleados puedan acceder a las aplicaciones y datos que necesitan para operar de forma productiva y segura, como si lo hicieran desde una oficina física”*

En Colombia, el Ministerio de trabajo ha invitado a las empresas a sumarse a esta iniciativa de adoptar la tecnología como un mecanismo para no afectar la productividad y sí salvaguardar la salud de sus colaboradores y sus familias.

“Es muy importante que las empresas planifiquen sus métodos de trabajo. Que confirmen que sus trabajadores dispongan



de tecnología correcta y buscar espacios de entrenamiento para aprovechar las tecnologías a la hora de hacer teletrabajo”, resaltó Guerrero.

El empresario resalta algunas recomendaciones que se deben tener en cuenta a la hora de implementar trabajo remoto en las empresa:

Incrementar el ancho de banda: la compañía, debe garantizar a sus empleados un buen ancho de banda para conectarse y hacer uso de videollamadas con frecuencia, acceder con facilidad a correos, entre otros servicios.

La herramienta llamada QoS (Quality of Service, calidad del servicio) se usa para alcanzar este propósito de conectividad eficiente.

La seguridad de la información: se recomienda que descargue correo electrónico y herramientas como Skype o MS Teams, desde la conexión de WIFI desde la comodidad de su casa y no en lugares públicos para que en reuniones con sus colaboradores se evite el robo de información empresarial.

Conexiones privadas VPN: es una conexión de acceso remoto a una red privada, Virtual Private Network (VPN), una tecnología de red de ordenadores que garantiza la extensión segura de la red de área local (LAN) sobre una red pública o no controlada con internet.

“Las herramientas como la virtualización de escritorios y las herramientas de voz y colaboración están a la mano de las

compañías que deseen implantarlo. En términos tecnológicos contamos con todas las herramientas para que sea exitosa la comunicación y el desarrollo de las labores diarias” complementó Guerrero.

Según la encuesta realizada por el Centro Nacional de Consultoría, contratada por el Ministerio TIC en 2018, el celular es el principal medio de comunicación entre la empresa y el teletrabajador con un 88%, seguido de la mensajería instantánea con un 56%; la telefonía fija y finalmente la videoconferencia, con un 31%.

Otros medios que también se usan son el correo electrónico, comunicaciones unificadas voz ip.



Afíliase a Cecorp...

El Centro Colombiano de Relaciones Públicas y Comunicación Organizacional CECORP, es la única agremiación colombiana que desde hace medio siglo congrega a profesionales que ejercen las relaciones públicas, la comunicación, el mercadeo y la publicidad, con el fin de propiciar el espíritu de solidaridad, unión y cooperación recíprocas, promover el reconocimiento social, académico y laboral; representar sus intereses y prestar servicios que los beneficien, interactuando con estamentos educativos, empresariales, sociales y del Estado.

Desafíos en negocios de plataformas tecnológicas que llegaron en el 2021



El 2020 fue un año totalmente atípico y la pandemia cambió muchísimas cosas. Se aceleraron procesos y tendencias. En un contexto donde el objetivo era mantener a flote el negocio, se hizo visible una experiencia de cliente absolutamente fragmentada.

Muchos tuvieron que adaptarse a nuevas herramientas y usos, como fue el caso de lo que supuso el uso de Zoom, o Webex, por mencionar algunas. El ámbito laboral se mezcló con el plano personal y fue muy difícil tratar de evitar esa fusión en los primeros meses del confinamiento de la pandemia.

También se dio un efecto que no es tan fácil de advertir que fue el incremento en el costo total de propiedad en las soluciones colaborativas.

El entorno cambiaba de manera incontrolable y era un desafío permanente. Así de un contexto de nube privada que era lo que predominaba en el 2019 se aceleró el salto a la nube pública y a esquemas híbridos porque de esa manera se podía ampliar el panorama de soluciones.

En el caso de [Lumen Technologies](#), la empresa optó por consolidar alianzas estratégicas con proveedores con los que venía trabajando y que tuvieron una enorme masividad y aceptación a nivel mercado para poder ayudar a los clientes en la transición.

Este análisis lo hace **Guillermo Mármora, Director de Voz, Colaboración y Comunicaciones Unificadas** de Lumen LATAM durante el [Lumen Latam Forum 2021](#).

Aliarse es la clave

El modelo conceptual de la [Plataforma Lumen](#) es de 3 capas: la infraestructura, la plataforma en sí y las aplicaciones.

Se trata de un ecosistema donde se puede encontrar dimensiones o conceptos super poderosos como los servicios que se ofrecen, las alianzas con partners, las APIs, la orquestación (que es la articulación entre todos los elementos) y también el paraguas, ese conjunto de aplicativos y servicios que se engloba en “la experiencia de plataforma”,

todo confluye en lo que debe ser una experiencia digital de extremo a extremo que termine en un Customer Success Model, una propuesta que aporte valor.

En este camino el desarrollo de alianzas ha sido crucial en la estrategia. “Resulta más razonable apoyarse en quién tiene el conocimiento y la capacidad de ayudarnos a responder a la demanda del mercado”, según Mármorea.

En este orden de ideas los partners o aliados han sido relaciones que se han construido en el tiempo, han cuadrado con la proposición de valor y pueden mimetizarse o asumir diferentes papeles según el caso y hasta presentarse como clientes o socios de negocios. Eso habla de flexibilidad en pro de lograr más potencia y profundidad.

“Hoy en día es prácticamente imposible para una compañía desarrollar productos y a la vez entrenarse, mantenerse actualizada, construir la infraestructura y armar productos a la velocidad que el mercado demanda, por ello es mejor ser inteligente a la hora de elegir aliados de negocios que te ayudan a complementar tu oferta.

En el fondo nosotros resolvemos problemas, no vendemos productos de una estantería”. Nombres como Twilio, Voxbone o Sippio son algunos de los ejemplos de compañías que se acercaron a Lumen de una lista de muchas que tienen un enorme potencial como socios y aliados estratégicos de negocio.

Ecosistemas que generan valor

Es interesante pensar en la tecnología como un ecosistema que genera valor y progreso. En los últimos años se puede ver la irrupción creciente de nuevos modelos de negocios a la par de los avances tecnológicos y por supuesto apoyados en ellos.

Los desarrollos son facilitadores de evolución, la tecnología se convierte en un catalizador con características importantes como la escalabilidad y la ubicuidad, siempre marcada por reglas claras y por la garantía de la seguridad de los procesos.

Así se tienen casos como el de Microsoft 365 un interesante ejemplo de cómo la tecnología es el gran diferenciador que ha apalancado exponencialmente el desempeño de esa marca. En este ecosistema las APIs juegan un importante papel en la oferta de Lumen.

Según Mármorea es un Marketplace que se ha construido a pulso en lo que respecta a los servicios de voz y se presentan como un nuevo lenguaje que, unido a los otros ejes, los servicios de plataforma y las alianzas, facilitan y aceleran lo que se puede ofrecer al cliente en el mundo de la economía digital.

No subestimar al cliente

Mármorea apunta que probablemente hay gente con un poco de angustia ante la imposibilidad de definir las relaciones de negocios de Lumen, o que se trata de poner una única categoría a un cliente, proveedor, competidor o aliado.

“La verdad que yo creo que lo más importante es no subestimar al cliente, porque éste va a reconocer el valor cuando vea compañías que se potencian trabajando juntas y que se apoyan para disimular sus debilidades y amplificar sus fortalezas”.

Puede que en algún momento se vea claramente, incluso quien puede ser competencia, pero lo más importante es tener como meta ayudar a los clientes a resolver sus problemas ofreciendo las mejores opciones para su beneficio.

Mejorar la conectividad rural, es el objetivo de IP Technologies para reducir la brecha digital en Colombia

El transporte de datos, servicios en la nube de comunicaciones unificadas y seguridad gestionada, canales de internet, y banda ancha para los sectores empresariales, operadores y hogar, hacen parte de los servicios que brinda la ISP a nivel nacional.

Furukawa Electric LatAm, fabricante de soluciones completas para infraestructura de redes de comunicación, fue seleccionada por IP Technologies, para trabajar en conjunto y ofrecer Internet de manera gratuita a 13 municipios de los departamentos de Caquetá, Putumayo y Nariño. Este proyecto, impulsado por el gobierno nacional, genera un impacto positivo en escuelas, puestos de salud, oficinas estatales, minorías étnicas y parques naturales de la región.

IP Technologies es un proveedor de Internet (ISP), especializado en servicios de IT con operación a nivel nacional, enfocado en generar valor a sus clientes y brindar soluciones a la medida, con el fin de lograr rentabilizar sus inversiones en tecnología.

Gracias al apoyo de Furukawa Electric, IP Technologies logró implementar una solución 100 % fibra óptica, la cual permitió alcanzar un mayor ancho de banda, más velocidad, y una disminución en la latencia, es decir, crear una verdadera autopista digital para la región suroccidental. Así mismo, se proporcionó una infraestructura sencilla, moderna, flexible, que opera con un menor consumo de energía, la cual implica un CAPEX normalizado y un OPEX muy bajo.



De acuerdo con **Juan Esteban Clavijo, KAM de Furukawa Electric en Colombia**, “Los ISP en Colombia están jugando un papel muy importante, ya que muchos son los encargados de conectar zonas rurales y apartadas del país. Así que desde Furukawa Electric queremos apoyar a las empresas que están comprometidas en brindar servicios de telecomunicaciones a las poblaciones con acceso limitado”.

En la implementación del proyecto se utilizó la solución EZ! Grow de Furukawa, con la que se logró cubrir en un 100 por ciento el casco urbano. Gracias a su fácil construcción y rápida adaptación de la nueva red, empresas y

hogares de la zona ya han comenzado a disfrutar de un excelente servicio con tecnología de punta.

Con respecto al logro social y avance tecnológico que se pretendía en la región, las poblaciones ubicadas en zonas apartadas del Caquetá, Putumayo y Nariño, ahora podrán contar con herramientas tales como plataformas informativas y de comunicación, las cuales ayudarán a fomentar la educación virtual, el acceso a nuevas oportunidades de empleo y mejorar su comunicación entre las demás regiones del país.

Gracias al apoyo del gobierno, quien subsidia este proyecto, ahora más de 1.500 familias en las zonas rurales tienen la oportunidad de hacer uso de este servicio de alta calidad, a bajo costo.

“El cubrimiento inicial en la primera fase fue de 1.500 usuarios subsidiados. Nosotros conectamos alrededor de otros 1.200 para usuarios residenciales que también querían adquirir el servicio a tarifa plena.

Hoy por hoy, el proyecto continúa, los clientes están conectados y hemos venido conectando a más usuarios a la misma red. La tecnología

preconectorizada es de fácil crecimiento y ha permitido seguir ampliando la base instalada”, declaró Víctor Palacios, gerente general de IP Technologies.

La expectativa para este 2021 es que se alcancen 4.000 nuevos servicios conectados y 7.000 usuarios nuevos para los próximos dos años, llegando así alrededor de 13.000 clientes conectados con banda ancha. Y en tres años se prevé contar con 20.000 usuarios residenciales en estas zonas que se han visto beneficiadas con la tecnología preconectorizada, lo cual aportará positivamente dentro de las metas propuestas por la compañía.

Además, el conocimiento e implementación que se ha obtenido con las soluciones preconectorizadas, le ha permitido al equipo de IP Technologies replantear los diseños que se tienen para el desarrollo de ciudades futuras.

De esta manera, logrará un crecimiento real en servicios de conexión tanto para el hogar como para las empresas, y un gran reconocimiento por parte del MinTIC.

mazalan
comunicaciones



Democratizar la fibra óptica es el camino para una sociedad conectada

El 5G, Internet de las cosas, Cloud Computing, Inteligencia Artificial, Big Data y centro de datos tienen una necesidad en común, tener un canal robusto y diseñado para soportar el flujo de los datos que crecen de manera exponencial.

Por: **Iru Scolari, Market Manager,**
Furukawa Electric LatAm

La pandemia por Covid19 fue el escenario para que públicos y privados vieran la necesidad de acelerar los esfuerzos para cerrar la brecha digital y garantizar que nadie se quedara por fuera de esta nueva tendencia.

Lo que dejó en evidencia la importancia de las tecnologías emergentes y la conectividad, para habilitar nuevas maneras de prestar servicios esenciales de manera remota, en aspectos y actividades esenciales como lo son la educación y la atención a la salud.

Gracias a la innovación y a las necesidades cambiantes, la fibra óptica se ha catapultado como la tecnología de punta capaz de ofrecer toda una autopista de conectividad para ciudades, instituciones y ciudadanos.



Un claro ejemplo, son las regiones apartadas de las ciudades principales que poco a poco van teniendo acceso al servicio de Internet de banda ancha con calidad y a bajo costo.

Así mismo, se prevé hacia un futuro no muy lejano, un mayor flujo de datos sin precedentes. De acuerdo con el estudio de 2020 de la entidad GSMA Intelligence, el mercado móvil de Latinoamérica en el 2019 contribuyó con un 7% del PIB, frente a la proyección que se tenía del 4,5% para 2020 en su estudio de 2014.

Así mismo, la adopción de smartphones continúa creciendo rápidamente, alcanzando en 2020 un 72% del total de las conexiones, donde se espera llegar a 500

millones de conexiones en 2023. La misma entidad proyecta que la región tendrá 15 millones de conexiones móviles 5G en 2022.

Para sustentar estos retos, las inversiones en despliegue de infraestructura podrían llegar a casi USD 100.000 millones entre 2019 y 2025. Por lo que América Latina tendrá que contar con una infraestructura e innovación que ayude a sostener las necesidades que demanda una sociedad conectada.

5G, el motor de una conectividad sustentable

La red de fibra óptica sigue siendo el medio de transmisión de datos más eficaz, cuyas propiedades no sólo habilitan la velocidad y latencia esperadas en 5G, sino que tienen el potencial para superarlas con futuras generaciones tecnológicas.

Este es el caso de algunos países en la región que ya empezaron la implementación de esta nueva tecnología, y para ello comenzaron a realizar diferentes pruebas principalmente en las redes inalámbricas con acceso fijo a Internet, así como en el sistema móvil.

Según Forbes, Chile, Brasil y Perú, hasta el 2019 fueron los que más desarrollaron pruebas utilizando bandas de 3,5 GHz y 28 GHz en términos de espectro de frecuencia, para el caso de Uruguay, Puerto Rico y las Islas Vírgenes en Estados Unidos ya superaron la etapa de pruebas y comenzaron a aplicar 5G, finalmente, Trinidad y Tobago, y Surinam ya anunciaron sus lanzamientos.

Por otro lado, entre los casos de uso que podrían aplicarse gracias al 5G y que ayudan a construir una sociedad más conectada, se encuentra la Telemedicina.

La experiencia de los pacientes, médicos, técnicos y especialistas ahora es muy diferente, pues cuentan con nuevos sistemas de monitoreo, optimización de tareas administrativas, información disponible de manera instantánea y muchos otros aspectos que mejoran notablemente el desarrollo del sector salud, brindando así una transformación digital acelerada a una de las necesidades esenciales que tiene el ser humano.

Adicionalmente, el potencial del 5G en los casos de uso van desde la banda ancha móvil mejorada (eMBB - enhanced Mobile BroadBand), Internet de las Cosas Masiva (MIoT) y banda ancha fija-inalámbrica (Fixed Wireless Access).

Por ejemplo, en el caso del eMMB, según 5G Américas, se involucran todas las aplicaciones y servicios que demandan más velocidad de conexión y mejor cobertura de las redes: conectividad en eventos específicos, puntos de acceso en áreas densas y banda ancha general en todas las partes.

La fibra óptica preparando los data centers para 400G

La opticalización también ha ganado cada vez más fuerza hacia los centros de datos con el fin de soportar cada vez más el aumento de tráfico de datos y la demanda por alta velocidad. Por esta razón, la preparación de los centros de datos hacia

los 400G se vuelve cada vez más relevante. Por esto, el gran diferenciador del programa 400G Ready de Furukawa justamente tiene este objetivo, proponer una oferta de valor basada en un conjunto de productos y servicios bajo los pilares de Consultoría, Seguridad y Tecnología, por lo que Sirius y el laboratorio Nacional de Luz Síncroton en Brasil, ya hacen parte de los casos de éxito de la compañía en Latinoamérica.

Colombia en la senda de la fibra óptica

Para el caso de Colombia, el país ha dado importantes pasos en el camino hacia la democratización tecnológica, puesto que se logró determinar el mínimo de banda ancha. Desde el 2019, se acordó que todos los operadores deben entregar un servicio de banda ancha, por lo menos de 25 Mbps por segundo, lo cual ha sido un aliciente para el avance tecnológico.

También cabe destacar la iniciativa Colombia Conectada impulsada por el Gobierno y el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones, donde según datos hasta diciembre del 2018, el plan era conectar a más de 7.133 kioscos Vive Digital en zonas rurales, 1.700 zonas

WiFi gratis y más de 910 puntos en las localidades con escasos recursos. Además, el objetivo es construir una red nacional de fibra óptica que llegue al menos a 700 municipios del país, donde según MINTIC, dentro del Proyecto Nacional de Fibra Óptica, que tuvo inicio en 2013, se beneficiaron 788 municipios de Colombia.

De esta manera, la fibra óptica se convierte en una tecnología necesaria para el avance de la sociedad. El paradigma cada día se va rompiendo, pues desde hace algún tiempo las soluciones en fibra óptica se vienen destacando en el mercado por la calidad final de las conexiones que ofrecen, la reducción de las inestabilidades e interferencias, su rápida conexión y la baja latencia.

Más que una alternativa moderna, esta tecnología viene siendo reconocida como el presente y el futuro de la conectividad, llevando no solo calidad en el servicio, sino brindando mejoras en pro de las ciudades y sus poblaciones, generando así más oportunidades de negocio, más crecimiento de las economías y mejor calidad de vida de las personas.

Diplomado virtual: matricúlese [AQUÍ](#)



Contenidos:

- Pensar como gerente
- 10 habilidades de la gerencia integral
- Liderazgo natural
- Liderazgo corporativo
- Los siete pecados del líder
- Las siete virtudes del líder
- Cómo construir la cultura de equipo
- Cómo gerenciar el liderazgo
- El poder de la gerencia afectiva

Edificios Inteligentes e Hiperconectados: La tendencia que está dominando en América Latina

Los edificios digitales son una realidad y la tecnología que los acompaña abre una nueva etapa para la industria inmobiliaria.



Dentro del rápido avance de las Smart Cities y su ecosistema digital, han aparecido a la par lo que se denomina edificios inteligentes, y junto con ello el inicio de un cambio de infraestructuras y paradigmas sin vuelta atrás.

Los Smart Buildings o Edificios Inteligentes, son aquellos cuyas instalaciones y sistemas (de climatización, iluminación, electricidad, seguridad, telecomunicaciones, multimedia,

informáticas, control de acceso, etc.) permiten una gestión y control integrada y automatizada, con el fin de aumentar la eficiencia energética, la seguridad, la usabilidad y la accesibilidad.

A medida que las ciudades se vuelven inteligentes, también lo son sus medios de transporte, infraestructuras y sus edificaciones. Es por ello, que a través de la

tecnología se persigue controlar el acceso y seguridad, el uso de los recursos energéticos, las instalaciones de climatización y la temperatura, la domotización de las tareas del hogar y; en definitiva, realizar una gestión eficiente de forma automatizada y controlada de todos los sistemas.

En 2023, los Smart Buildings tendrán más de 483 millones de dispositivos (sensores, equipos, aparatos, etc.) conectados a nivel mundial. Un aumento anual promedio del

33%, según el último informe de Berg Insight.

Un edificio digital cuenta con sistemas diversos que se apoyan en la tecnología, las redes y el IoT. Su diseño e infraestructura tienen por objetivo facilitar la administración y gestión, haciéndolo más eficiente y de mayor costo-beneficio. Por otro lado, el desarrollo de sistemas de automatización para iluminación, sistemas de climatización y seguridad maneja un mejor control de las operaciones de los edificios, y los costos durante años.

Por lo tanto, un edificio inteligente debe incluir la automatización de todos sus sistemas, estar equipado de instalaciones controladas; a través de sistemas domóticos gestionados mediante tecnologías de conectividad avanzadas. Esta gestión y control automatizados permiten aumentar la eficiencia energética, la seguridad, la usabilidad y la accesibilidad.

Por otro lado, su impacto medio ambiental es bajo. Si hablamos de un edificio inteligente, éste debe ser construido utilizando los materiales, sistemas eficaces y eficientes respetando el medio ambiente y el entorno; alcanzando máximos niveles de eficiencia y ahorro energético en todos sus sistemas de climatización, ventilación e iluminación, reduciendo así al máximo sus emisiones contaminantes.

En los últimos años, inversiones en I+D de grupos industriales como Furukawa, han



posibilitado el desarrollo de tecnologías de hiperconectividad como Laserway, y su red para edificaciones Green Building.

Estas tecnologías 100% ópticas, vienen a contribuir con la reducción del consumo de energía, de los sistemas de refrigeración y la cantidad de material derivada de petróleo usada en el cableado, además de proporcionar un tiempo de vida mayor que una solución de cableado tradicional, y más velocidad y seguridad en la transmisión de digital de los datos.

En resumen, un edificio inteligente ha derivado en importantes avances tecnológicos, y junto con ello, aumenta su valor añadido con respecto a las construcciones convencionales, ya que generan mayor interés, repercutiendo directamente en su valor de mercado en cuanto a sus precios de venta o alquiler.

Región Caribe: Continúan los retos y desafíos en cobertura y calidad en educación superior

Análisis del Observatorio de Educación de la Universidad del Norte

De acuerdo con el análisis del Observatorio de Educación de la Universidad del Norte, la tasa de cobertura bruta en educación superior en la región Caribe es de 35,5 %, lo que la ubica por debajo del promedio nacional (52,2 %) en 17 puntos porcentuales. Asimismo, los resultados de las pruebas Saber Pro de 2020 muestran que el 20,6 % de los estudiantes evaluados de la región obtuvo puntajes que se pueden clasificar como muy bajos (entre 0 y 122 puntos de 300 posibles); la media nacional es de 15,4 %.

Al relacionar estos dos indicadores (cobertura y calidad) con el nivel de pobreza monetaria es posible identificar una relación positiva. Es decir, entre mejores indicadores tiene un departamento en educación superior, mejores son sus condiciones de vida.

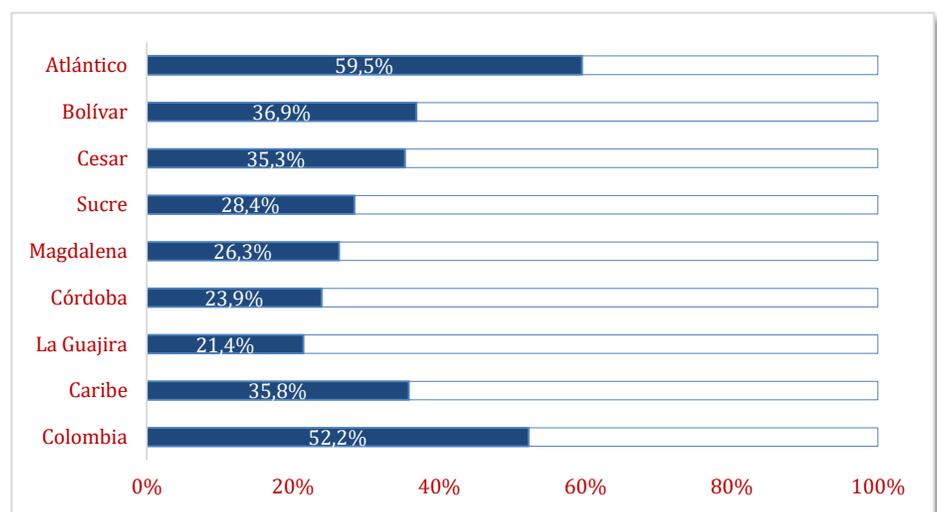


Grafico 1. Tasa de cobertura bruta en educación superior, en los departamentos de la región Caribe y Colombia.

De este modo, por ejemplo, Atlántico, el departamento con menor pobreza monetaria de la región es el que tiene la mayor cobertura en educación superior (59,5 %) y el menor porcentaje de estudiantes con puntajes muy bajos en Saber Pro (17 %). En el otro extremo aparece La Guajira, que tiene el mayor índice de pobreza monetaria de la región y, al mismo tiempo, tiene la cobertura en educación superior más baja (21,4 %) y el mayor porcentaje de estudiantes con puntajes muy bajos en Saber Pro (40,7 %).

Fuentes: MEN, Sistema Nacional de Información de Educación Superior - SNIES. Promover el acceso de los jóvenes a una educación superior de calidad es fundamental para la generación de oportunidades de progreso y ascenso social, más aún en circunstancias como las actuales, con máximos históricos en los niveles de desempleo juvenil. Por esta razón, el Observatorio de Educación de la

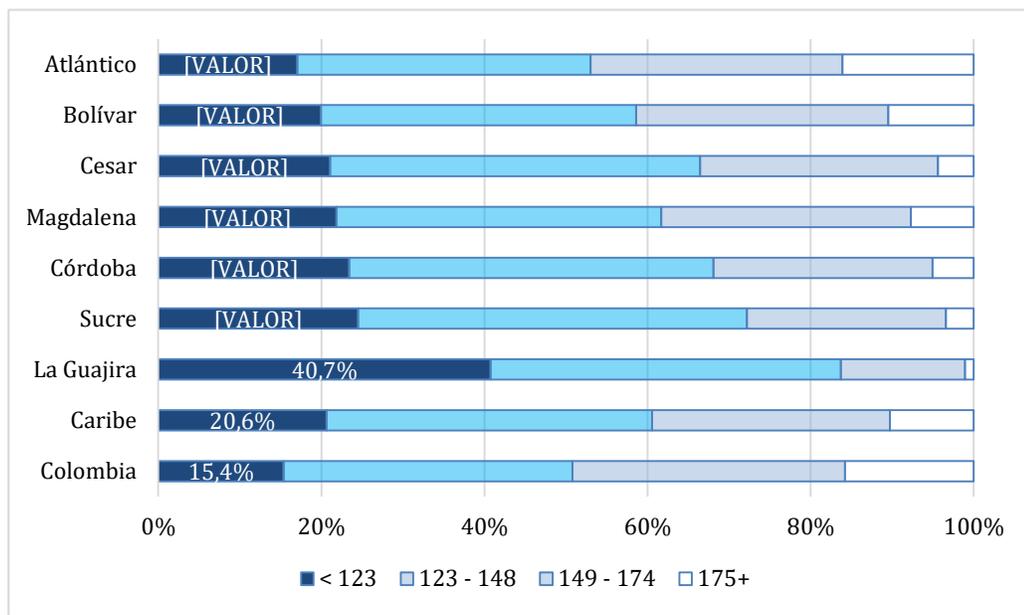
Universidad del Norte realizó un análisis de los indicadores de cobertura y calidad de la educación superior en la región Caribe (Ministerio de Educación Nacional e ICFES) y los relacionó con los datos más recientes de pobreza monetaria (DANE).

Para evaluar las competencias de los estudiantes próximos a culminar los programas de pregrado se utilizaron los resultados de las pruebas Saber Pro, que es uno de los indicadores más importantes de la calidad del sistema. Como se puede observar en el gráfico 2, en todos los departamentos de la región, el porcentaje de estudiantes en esta categoría de desempeño superó la media nacional (15,4 %)

Fuente: ICFES. Cálculos Observatorio de Educación del Caribe Colombiano de la Universidad del Norte.

Mucho por avanzar

Los indicadores educativos analizados corroboran una vez más la distancia que separa el centro de la periferia. También revela que al interior de las regiones se reproducen los mismos patrones de desigualdad que a nivel nacional. En términos de cobertura, por ejemplo, se observa una diferencia significativa entre la tasa del Atlántico y la de departamentos como la Guajira, Córdoba, Magdalena y Sucre. En estos últimos, solo uno de cada cuatro jóvenes de entre los 17 a 21 años está cursando un programa de pregrado.



“Desafortunadamente, a esta realidad se suma el hecho de que aquellos jóvenes que pueden acceder a la educación superior en nuestra región no necesariamente reciben una educación de calidad. A partir del análisis de los

Gráfico 2. Distribución de estudiantes evaluados en Saber Pro 2020 por rango de puntaje global promedio (+/- 1 desviación estándar) departamentos de la región Caribe y Colombia.

resultados Saber Pro 2020, se evidenció que un alto porcentaje de estudiantes de la región se clasificó en las categorías más bajas de rendimiento”, indicó Jorge Valencia Cobo, coordinador del Observatorio de Educación de la Universidad del Norte.



Jorge Valencia, Coordinador del Observatorio de Educación del Caribe de la Universidad del Norte.

En análisis complementarios realizados desde el observatorio, se reveló que el 82 % de las instituciones de educación superior (IES) del Caribe obtuvo puntajes por debajo de la media nacional en Saber Pro; y que solo 2 de ellas, la Universidad del Norte y la Universidad Tecnológica de Bolívar, se ubicaron entre los 50 mejores puntajes del país. De las 16 IES del Caribe que cuentan con acreditación de alta calidad, el 56 % obtuvo un puntaje global promedio (PGP) inferior al de la media nacional.

En nuestra región el sector oficial tiene una alta participación en la matrícula universitaria (de entre 40 % y 97 %), por lo que preocupa especialmente que de las 12 IES oficiales solo la Universidad del Atlántico alcanzó un PGP mayor que la media nacional en Saber Pro. Reconocemos los esfuerzos que se han hecho recientemente en términos de acceso a la educación superior, pero desde el Observatorio de Educación del Caribe

Colombiano hacemos un llamado a la necesidad de abordar con la misma decisión la calidad de la formación.

Tal como lo indica el Banco Interamericano de Desarrollo, no basta con poder captar y mantener un gran número de estudiantes. Los programas que se ofrezcan en los niveles educativos superiores deben ser de alta calidad si se pretende que el acceso a la educación superior se convierta en motor de equidad y desarrollo social.

Por otra parte, la clara relación evidenciada entre el índice de pobreza monetaria de los departamentos, sus tasas de cobertura y los indicadores de calidad, revela una vez más los vínculos de interdependencia que existen entre la educación (superior y de calidad) y las condiciones socioeconómicas de una población (mediados seguramente por la variable del empleo).

Los jóvenes de familias en condición de pobreza son los más propensos a desertar del sistema educativo. Al hacerlo, condicionan su futuro laboral a la informalidad o a aceptar trabajos precarios. Son, por tanto, las políticas educativas y sociales de orden nacional y regional las únicas que pueden romper este círculo de estancamiento que producen la pobreza y la falta de educación profesional de calidad.

“Es urgente concretar acciones que permitan que las IES departamentales de carácter oficial con menor nivel de cobertura, amplíen su oferta en el corto plazo, con coste cero para los más vulnerables y programas de formación

pertinentes para el contexto actual. También se podrían generar incentivos para que IES privadas de calidad tengan mayor presencia en estos departamentos”, mencionó Valencia Cobo.

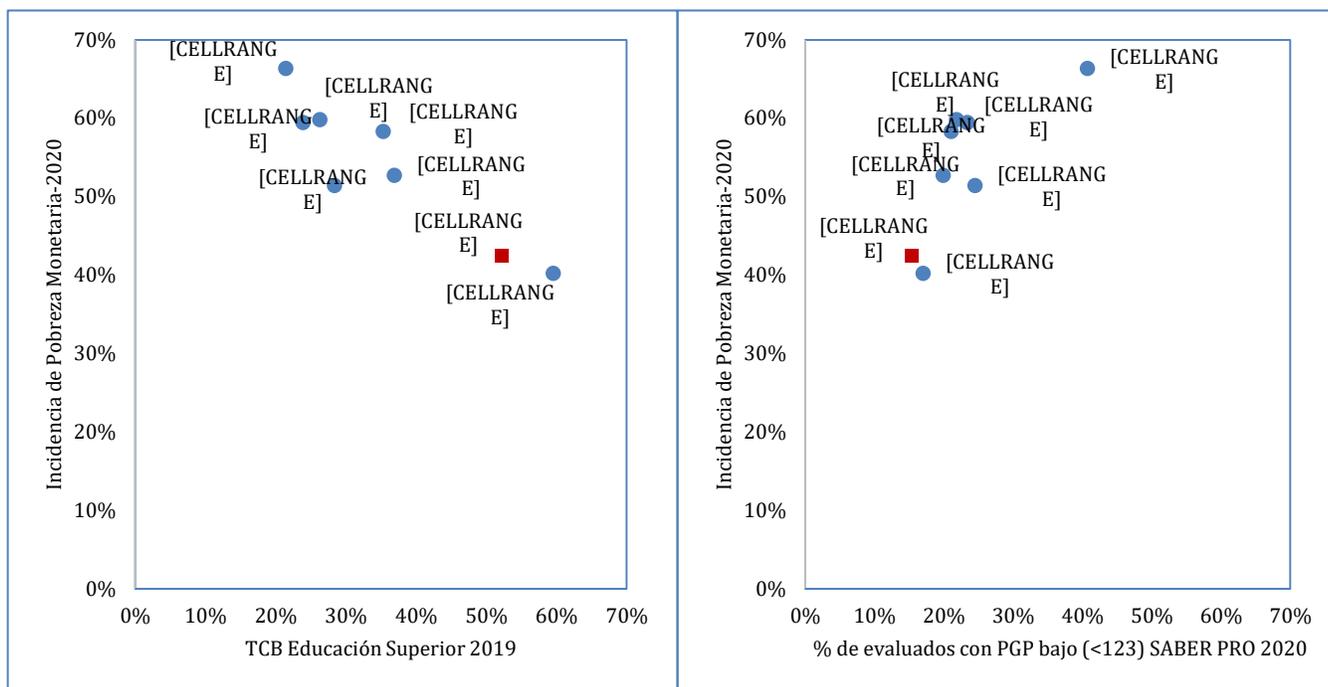
Asimismo, es fundamental robustecer los programas de subsidios a la demanda (becas) con esfuerzos de discriminación positiva hacia las regiones y departamentos que más lo necesitan. Programas del Gobierno central como Ser Pilo Paga y Generación E han tenido efectos positivos en acceso y equidad, pero son insuficientes para superar el rezago de nuestra región.

“Es necesario crear programas locales de apoyo educativo y social, que con recursos

propios complementen a los programas nacionales. Deben tener condiciones flexibles de acceso y privilegiar a los jóvenes de más bajo ingreso familiar, seleccionándolos por mecanismos más precisos que los de orden nacional”, añadió el coordinador del Observatorio.

Grafico 3. Incidencia de pobreza monetaria, tasa de cobertura bruta en educación superior y distribución de estudiantes evaluados en Saber Pro 2020 por rango de puntaje global promedio (+/- 1 desviación estándar) departamentos de la región Caribe y Colombia.

Fuentes: MEN, ICFES. DANE.



El retrato

Iván Darío Muñoz Uribe

unirlandesyunmason@gmail.com

¿Un retrato? Le preguntó a su padre Ricardo Jaramillo, Gerente General de la fábrica Muebles El Confort. Sí hijo, respondió el anciano cuyo nombre era Miguel, un retrato. ¿Te refieres a una pintura, papá? Claro, ¿Qué es lo que te causa tanta extrañeza? Simplemente que eso no se usa en estos tiempos, respondió Ricardo, mejor nos pueden hacer un estudio fotográfico.

¿Qué opinas de semejante estupidez, Narciso?

Me preguntó el viejo Miguel Jaramillo, que me había llevado allí en calidad de artista, yo era el pintor que él había elegido para hacer los retratos. Mi situación era en extremo incómoda y me abstuve de opinar. Bueno, te entiendo, Narciso, no quieres comprometerte, dijo el anciano, pero yo sí puedo decir lo que quiera, y mi opinión es que tiene que ser uno muy bruto e ignorante para comparar y darle supremacía a unas fotografías que a las pinturas hechas por la mano de un artista.



Bueno, papá, no me insultes, porque no sólo te llevaré la contraria en cuanto al medio de cumplir tu capricho, sino que me negaré a posar, ni foto ni retrato obtendrás de mí ni de mi hijo si te pones en ese plan. El viejo Miguel volvió a mirarme, pero su mirada no era ya imponente sino suplicante. Hágale caso a su papá, señor Ricardo, me atrevía a intervenir, yo le aseguro que el trabajo vale la pena porque, sin restarle méritos a la fotografía y a los fotógrafos, sí puedo manifestar que la pintura requiere de más talento y dedicación. Ricardo Jaramillo me miraba en silencio con actitud serena. Además, continué, los retratos representan pinturas

originales y más adelante serán un recuerdo invaluable que usted y su hijo tendrán de don Miguel. Me convenció, dijo Ricardo y me estrechó la mano, usted es un hombre sensato, añadió mirando con cierto recelo a su padre, quizás insinuando tácitamente que éste no lo era.

Ven acá, Matías, dijo Ricardo Jaramillo llamando a su hijo de veintidós años, el cual acudió al momento bostezando. Tengo que confesar que el jovencito no me dio buena impresión de entrada. Tu abuelo quiere que nos hagamos unos retratos familiares, le dijo Ricardo a su hijo, así que prepárate a posar durante horas frente a este señor, (en ese momento me señaló), como se hacía en la época medieval, ja, ja, ja. Apuesto a que mi abuelo estaba vivo en esa época, dijo Matías burlescamente, por eso se le ocurren esas bobadas. Cállate, tonto, le gritó el abuelo a Matías, ante lo cual tanto éste como su padre Ricardo prorrumpieron en estrepitosas carcajadas.

Tengo setenta y siete años y no concibo otra manera de vestir al posar para un retrato que un buen traje con su corbata y su pañuelo, dijo don Miguel Jaramillo sentado en su oficina de Muebles El Comfort

unos días más tarde cuando acabábamos de acordar el precio de los tres retratos. Me había invitado a beber unos tragos y se mostraba en extremo feliz de haber cerrado un trato que para mí era normal. Don Miguel Jaramillo le comunicó a través del conmutador a una secretaria que debía llamar a su hijo y a su nieto para fueran a su despacho. El viejo sirvió otros dos tragos de whisky y esperamos a que llegaran Ricardo y Matías. Todos vamos a posar para los retratos vestidos de traje y corbata, les comunicó don Miguel cuando llegaron ante su presencia. Ni lo sueñes, abuelo, se apresuró a contestar Matías, nunca me he puesto una ropa tan anticuada como ésta y no lo haré jamás, así que no insistas en ese punto. Yo tampoco quiero posar así, no me gustan los trajes ni las corbatas, dijo Ricardo, no entiendo por qué quieres cambiarnos para que nos parezcamos a ti, papá, cada cual tiene sus costumbres y su estilo, así que usaremos la ropa que queramos nosotros. La mirada suplicante de don Miguel se posó de nuevo en mí, pero esta vez no intercedí por él puesto que estaba de acuerdo con su hijo y su nieto, no veía ninguna razón para que el anciano los obligara a vestirse como

a él le gustaba. Bueno, Narciso, me dijo don Miguel, no tienes por qué opinar sobre ese asunto. Vamos, muchachos, dijo luego hablándoles a ellos, denme gusto, ¿qué les cuesta? Nunca les pido nada, por favor háganme caso. No, señor, dijo Matías, por lo menos yo no voy a ceder. Yo tampoco, papá, dijo con expresión fastidiada Ricardo, y no entiendo por qué insistes en esa condición caprichosa, un retrato debe reflejar a la persona tal como es, incluso con su atavío normal, de otra forma la imagen plasmada será artificial y el personaje pintado puede incluso llegar a tornarse irreconocible. Me pareció muy inteligente el argumento de Ricardo, estuve de acuerdo de inmediato con la apreciación de que la espontaneidad favorecería los retratos y no incomodaría más a los posantes durante la larga inmovilidad que les exigiría mi trabajo. A pesar de ello, dado que me simpatizaba más don Miguel que los otros dos, le hice un guiño de complicidad con un ojo, para que supiera que estaba de su parte pero creía que la situación era innegociable. Está bien, dijo el viejo Miguel, posen como quieran. Tenemos algo más que decirte, papá, dijo Ricardo con una sonrisa

maliciosa en los labios. ¿Algo más, de qué se trata? Don Miguel preguntó con expresión angustiada. Dile, Matías, invitó Ricardo a su hijo a que hablara. Si quieres que me deje retratar, abuelo, tendrás que aceptar que Checho pose también. ¿Quién? Don Miguel gritó. Ese bobalicón no es de la familia, Matías, creo haberles dicho que deseo retratos de la familia, de la dinastía, y ese idiota de Checho nada tiene que ver con nuestra sangre. Es mi mejor amigo, abuelo, por eso lo incluyo en todos mis planes, por eso trabaja aquí y por eso su novia y la mía son también grandes amigas. Entonces ya sabes, abuelo, mi última condición es que Checho también pose y no acepto una negativa. Valiente mejor amigo el que tienes, Matías, gritó Miguel Jaramillo, el bobo del pueblo, el del cerebro de pollo, el que supuestamente trabaja aquí pero no sirve para nada. Simplemente dime, abuelo, siguió firme Matías, si aceptas o no mi última condición. Acepto, dijo, el viejo, pero insisto en que tu mejor amigo es un idiota y que incluirlo en los retratos es un despropósito.

Ricardo y Matías salieron de la oficina del viejo riendo sonoramente, se regodeaban en el hecho de contrariarlo y no parecían tener

nunca suficiente, me parecía que lo zaherían constantemente y ello les causaba fruición. Si no tienes afán, Narciso, me gustaría que tomáramos otros traguitos para conversar un rato, me dijo don Miguel. No me atreví a dejar solo al viejo después de haber soportado las impertinencias de esos dos canallas, me daba cuenta de que realmente necesitaba mi compañía y conversación. No sé por qué son así conmigo, empezó a decir. Sobre todo Ricardo, con lo bueno y complaciente que fui siempre con él, de niño le regalé siempre los mejores juguetes, de joven le di carro y dinero para que gozara la vida con sus amigos y amigas, lo hice socio y gerente de mi empresa cuando ya fue adulto, no entiendo por qué me trata con ese desprecio y pretende burlarse de mí. Perdóneme, don Miguel, le dije, tal vez se comporta así precisamente por haberle dado tanto gusto, quizás usted lo educó mal. El viejo apoyó un codo en el brazo de su silla y, tomándose la barbilla con la mano, se quedó mirándome en silencio un momento durante el cual parecía estar reflexionando. Tienes razón, Narciso, eduqué mal a ese pendejo, lo malcrié, cometí muchos errores dándole lo mejor sin exigirle nada a cambio. Salud, Narciso, dijo el

anciano y chocó su vaso con el mío sonriendo, los tragos habían logrado calmarlo y reanimarlo hasta hacerlo parecer feliz. Del cagón imbécil de Matías nunca he esperado nada, siempre ha sido fastidioso y malintencionado, incluso creo que influye mucho en Ricardo para burlarse de mí. Para ser sincero con usted don Miguel, ese muchacho me causó mala impresión desde que lo vi, me resultó casi repulsivo. Aquella confesión que le hice al viejo impulsado por el licor, no le causó ningún disgusto sino que se rio de lo lindo. Ja, ja, repulsión, ja, ja, ja, repulsión repetía y chocaba otra vez su vaso con el mío. Mi nieto es desagradable, pero a mí el que me genera repulsión es el otro, dijo don Miguel. ¿Cuál otro? ¿Su hijo? Pregunté extrañado. No, el tal Checho, aclaró don Miguel riendo a carcajadas, el bobo que mi nieto lleva a costas. Lo que no voy a permitir es que ese par de idiotas de Matías y Checho posen luciendo los horribles tatuajes que tienen en los brazos, es algo espantoso, no se te ocurra pintarlos cuando hagas los retratos, Narciso, prométemelo. No puedo prometerle eso, don Miguel, dije, eso sería traicionar el arte, mis retratos casi llegan a ser hiperrealistas, mentí, es decir que son

más nítidos e impresionantes que cualquier fotografía, así que no puedo omitir ningún detalle del modelo. A propósito, don Miguel, el precio se incrementa por tener que incluir en el negocio el retrato del tal Checho. Qué diablos, tú tampoco me das gusto Narciso, además me recuerdas que tendré que pagar por que retrates a ese cretino de Checho, ya vas a verlo y me entenderás, ja, ja. En ese momento don Miguel me pagó en efectivo la totalidad del trabajo.

Unos días después pude comprobar por mi propio juicio que la apariencia estúpida del tal Checho era inocultable, sin embargo, también su expresión era arrogante, es decir que era un tonto que se creía mucha cosa. Fue el primero en posar y, a pesar de muchas interrupciones que hizo para comer chokolatinas, logré terminar mi trabajo en tres días. Es impresionante, dijo Matías al contemplar la imagen de su mejor amigo plasmada por mi mano, los tatuajes quedaron igualitos. Sí, Narciso, dijo don Miguel, lograste captar toda su cara de idiota como nadie hubiera podido hacerlo, hay rasgos humanos que no pueden ser compatibles con la inteligencia, así es el rostro de Checho, te felicito. El viejo había dicho eso delante del

propio Checho y el muchacho lo había mirado casi de manera indiferente.

Luego posó Matías y lo pinté en dos días. Mi nombre es Narciso pero este tipo es quien debería llevar tal nombre, pensé al ver cómo parecía enamorado de su propia imagen, que yo había logrado retratar con mucha perfección. Gracias, gracias, señor, me decía el jovencito mirando la obra. Otra vez acertaste, dijo don Miguel acercándose a mirar el cuadro, captaste excelsamente la expresión de canalla cobarde que tiene mi nieto, sí señor, es un canalla cobarde lleno de sucios tatuajes, y tú lo reflejaste perfectamente, Narciso, por eso cobras tanto por tu trabajo. Matías se mordía los labios de la rabia, pero no le dijo nada a su abuelo; se tragó la afrenta.

Le llegó el turno a Ricardo y también lo pinté; su imagen quedó fielmente dibujada sobre la tela. Don Miguel se hizo presente mientras su hijo se contemplaba maravillado y me felicitaba. Sí, dijo el anciano, yo también te felicito, hiciste un gran trabajo, la inocultable imagen de mezquindad e ingratitud de mi hijo quedó magistralmente plasmada, sí, señor, es un ingrato, un mezquino despreciable, y lo lograste, Narciso, eres el mejor.

El día en el que yo iba a comenzar a pintar su retrato, don Miguel Jaramillo llegó estrenando ropa de pies a cabeza, lucía zapatos italianos muy lustrosos, un traje negro, camisa azul claro, corbata de seda de abigarrada y rojiza decoración, pañuelo color rojo rubí en el bolsillo superior del saco y un sombrero de fieltro más negro incluso que el traje. Venía además apoyándose en un hermoso bastón cuya empuñadura de plata tenía labrada la cabeza de un dragón. Ricardo, Matías y Checho lo miraron detalladamente como intentando hallar en él o en su atuendo algo reprochable, querían desquitarse de los mordaces comentarios que el viejo había hecho de ellos al contemplar sus retratos. Nada dijeron en ese momento, don Miguel pasó junto a ellos sin saludar. Entramos a la sala que habíamos adecuado como estudio y empecé a hacer mi trabajo, el viejo posaba sentado con su bastón sobre las piernas y sonreía levemente. De vez en cuando se asomaba Matías y tras él aparecía Checho, salían riendo de la sala y decían que ya se había dormido. Realmente, por momentos el viejo parecía dormirse y luego reaccionaba súbitamente para enderezarse un poco. Tengo sed, Narciso, dijo una vez y yo corrí a

llevarle una botella de agua de la que bebió ávidamente. Tienes que terminar hoy mismo mi retrato, dijo tajantemente, yo no creo aguar más.

Me di prisa para terminar el retrato tal como quería don Miguel, mi compromiso con el arte es grande. El arte es el resultado palpable de la búsqueda de la belleza perfecta. Aunque el modelo sea feo, el arte hace que la pintura que lo retrata sea hermosa. El arte es la abstracción creativa que eleva a los seres humanos superando por momentos su condición de simples criaturas mortales. El arte es la causa que nace de un chispazo y termina convirtiéndose en un objeto admirable que causa sensaciones. El arte es la sublimación del ser humano. Esa especie de panegírico mental en torno al arte se me ocurrió mientras daba las últimas pinceladas. Ya terminé don Miguel, dije. El viejo no me respondió. Ricardo, Matías y Checho se acercaron a mirar mi obra. Extraordinario, dijo Ricardo. Los dos jóvenes miraron la pintura en silencio, parecían buscar en sus obtusas mentes alguna idea para zaherir al viejo apenas diera señales de estar despierto. Papá, lo llamó Ricardo sin que el anciano respondiera. Abuelo, gritó Matías y

tampoco obtuvo respuesta. Oiga, don Miguel, se atrevió a llamarlo también Checho y el viejo siguió inmóvil.

Vamos a comer, propuso Ricardo incluyéndome en la invitación. Yo acepté, debido a la premura del viejo para que acabara en un solo día su retrato, no había almorzado y tenía un hambre desesperante. Salimos los cuatro hacia un restaurante italiano, Ricardo dijo que más tarde volveríamos por don Miguel. Durante la cena se burlaron de la ropa que el viejo había usado para posar y sobre todo del bastón, porque era un adminículo que él nunca había usado. El tres patas, ese será el nuevo apodo de mi abuelo, dijo Matías y su padre y Checho le celebraron la ocurrencia. Yo no participé de los comentarios ni de las burlas, solamente me dediqué a devorar la comida casi sin mirarlos. Ricardo ordenó un plato de

espagueti a la boloñesa para llevarle a su padre y mientras lo preparaban bebimos un trago. Ya debe haber babeado el pañuelo rojo, dijo Checho y se rieron mucho, el tonto lo remedaba simulando estar dormido y cabeceando. Llegó el plato empacado para llevar, Ricardo canceló la cuenta y salimos del restaurante rumbo a las instalaciones de Muebles El Confort. Estoy seguro de que ya se fue, dijo Matías después de que entramos. Fuimos al salón donde hice la pintura y don Miguel estaba inmóvil, con los ojos cerrados y la misma leve sonrisa pintada en los labios. Ricardo se le acercó y lo remeció con suavidad. Luego volteó a mirarnos y la expresión de su rostro era de terror. Está helado, dijo. Todos nos acercamos y tocamos al viejo. Está muerto, dijimos al mismo tiempo.

FIN

Diplomado virtual: matricúlese [AQUÍ](#)



Contenidos:

- Bases de la comunicación
- Claves para la interpretación de la personalidad
- Sistemas de comunicación personal
- Interpretación de la realidad
- Mapas de creencia
- Control Emocional
- Fisiología Comunicacional
- Tácticas de comprensión
- Tácticas de persuasión