



Estilo Gerencial

Para empresarios competitivos



estilogerencial.com - 2022 Año 8 - No. 73 - ISSN 2346-3945

Destacado:
Carlos Ariel Valencia Uribe
Modelamiento Comercial

Mercadeo: El arte de fascinar
Editorial: Nos gustan los retos grandes
Tendencias en RRHH
que continuarán en el 2022
Tecnología 5G en Colombia
Metaverso y Conectividad

Zona de cuento: por Iván Darío Muñoz Uribe

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

Nos gustan los retos grandes.....	6
Escuela de talentos para formación de trabajo	7
Principales características del líder	8
Retail: camino de la venta.....	10
Tendencias en RRHH que continuarán en el 2022	12
Los e-Hospital: una herramienta fundamental para la época de vacaciones y los viajeros que salen de casa.....	14
5 riesgos que se pueden evitar cuando se usa almacenamiento en la nube	17
Social Commerce, la preferencia de los consumidores al realizar sus compras online	19
Data & Analytics es el área disruptiva de Juan Valdéz.....	21
Tecnología 5G en Colombia ¿Qué cambios traerá esta red al país?	23
Infraestructura de Comunicación para Redes de Energía	25
Metaverso y Conectividad:	27
Soluciones para Redes Subterráneas: Tendencias en cables de alta densidad.....	29
Tendencias de Transformación Digital para pymes 2022	31
¿Cómo mantener la seguridad de las empresas en el auge del trabajo híbrido?	33
Ciberseguridad en Colombia: ¿Cómo enfrentarse a las amenazas informáticas en la industria 4.0?	35

Desigualdad social no es la causa de la falta de movilidad social: nueva propuesta de analistas latinoamericanos.....	37
El papel de la Ciberseguridad en la productividad empresarial.....	39
Bayport se consolida en Colombia con nueva capitalización.....	41
Tuberías en el hogar: ¿qué se debe tener en cuenta al momento de comprar y remodelar?....	42
Colombia, entre los países que lideran el crecimiento PropTech en Latam.....	44
Contraseñas en camino a la extinción.....	46
. ¿Qué es el ransomware y cómo funciona este ataque cibernético?.....	49
Mercadeo: el arte de fascinar	52
Modelamiento comercial: Un enfoque Estratégico.....	54
El escritor	58



<http://escueladerrpp.com>

La estrategia de la comunicación

Cecorp.com.co



Si te apasiona

la gestión y visualizas el futuro de manera estratégica,
estudia una carrera o una especialización en nuestra
Escuela de Administración.

¡Ayuda a las empresas en la consecución
de sus objetivos organizacionales!

Conoce más información sobre fechas de inscripción y matrículas
en www.iush.edu.co o llamándonos al **PBX: 604 4600700 - Opc. 1**



Escanéame



Vigilada Mineducación

iUSH
Institución Universitaria
SALAZAR Y HERRERA



El Centro Colombiano de Relaciones Públicas – CECORP y la revista EstiloGerencial.com lamentan el fallecimiento de **Wilson Ospina García**, un amigo y un ejemplo de ética profesional.

Nos gustan los retos grandes

En una reunión con amigos concordábamos en que se viene el *tiempo del aturdimiento*. Las variables se están volviendo críticas. La combinación de las tendencias económicas y tecnológicas pondrá mucha presión sobre las empresas que se resistan a actualizarse y esto dejará a muchas por fuera del mercado. Esto también afectará la empleabilidad pues ya no se contratará a quien no cuente con un inglés mínimo de B2 y con competencias tecnológicas, y esto también dejará a mucha gente sin posibilidades de empleo. Es decir, tanto empresas como personas o se actualizan o su situación será cada vez más crítica. La problemática de esto es que antes todo se daba gradualmente pero ahora será tan rápido que quienes se nieguen a escuchar quedarán aturridos. Todavía así, estamos advertidos. El país se debe transformar y las cifras macroeconómicas deben empezar a decir la verdad. ¿De qué sirve tener un gran crecimiento económico en el papel cuando más de la mitad de la población está por debajo de la línea de la pobreza? ¿Qué pasa con el comercio cuando al 64 por ciento de la población sólo le alcanza para comer una vez al día? Y tenga en cuenta que el nuestro no es un país de productores, es un país de comerciantes donde el 88 por ciento del tejido empresarial está dedicado a la intermediación y a los servicios.

Los empresarios debemos recordar que un mercado es gente que cuenta con dinero para comprar y ese dinero proviene de los salarios que pagamos. Esto no sería tan problemático bajo otras circunstancias, no obstante, encontramos que un símbolo de la baja o muy poca capacidad de nuestros gerentes es cuando su estrategia está basada sobre el costo de la mano de obra directa y no sobre variables de inteligencia como lo son la generación de valor y la innovación. La baja calidad de muchos de nuestros gerentes obliga a que si se suben un poco los salarios, esto se traslade de inmediato al precio de los productos y servicios, disparando así la inflación. Esa ha sido nuestra historia económica.

Siendo tan complejas como son, la intermediación y la comercialización, son el camino fácil que nos podría hacer entrar en la peor crisis de la historia si no tomamos las medidas pertinentes. La primera de ellas es formar a la población en capacidades para el desarrollo tecnológico y en inglés, lo que significará convertir nuestras empresas en unidades educativas de choque aunque este no sea nuestro "*core business*". Esto es algo para lo cual el sistema educativo no está preparado y, a muchas instituciones, tampoco les interesa, pero las empresas lo requerimos para nuestra competitividad y aunque el gobierno está ayudando, no es suficiente. La segunda es "reinventar" nuestras compañías introduciendo modelos de pensamiento tecnológico con criterios de escalabilidad. El uso de la Inteligencia Artificial deberá ser intensivo. Toda compañía tiene la posibilidad de convertirse en una Smart Company con estándares mundiales. Esto no podrá ser un proceso, deberá ser un "*click disruptivo*" con todo lo que involucra. La tercera será introducir valor en un escenario tecnológico con el desarrollo de productos y servicios que se puedan comercializar en cualquier parte del mundo. Quizá esto sea lo más complejo cuando nuestros líderes empresariales quieren dedicarse a vender por centavos y no se toman el trabajo de pensar cómo generar verdadera riqueza. Todavía así, nuestra población es una de las más creativas e inteligentes del planeta. Podemos hacerlo. La cuarta medida será darle un mayor valor a lo humano, a lo ético y a lo ambiental. Cuatro medidas con las que demostraremos que somos gerentes de verdad y no por accidente. Por supuesto, no será fácil si tenemos en cuenta que la primera "reinención" deberá ser en la mente de nuestros dirigentes empresariales y eso será como "romper un iceberg con la cabeza", pero ese es el primer indicador de la capacidad gerencial: nos gustan los retos grandes.

G. M. Wilson

Escuela de talentos para formación de trabajo

Según el informe presentado por el DANE, se han recuperado 854.000 puestos de trabajo, mientras que aún hay 2.957.000 sin empleo, más de la mitad de ellos concentrados en las principales ciudades.

Estudiantes recién egresados, profesionales y algunos sectores con problemas cognitivos son rechazados diariamente en entrevistas de trabajo. En algunos casos porque no cumplen el perfil, otros con dificultades al presentar una entrevista y algunos por desconocimiento de sus competencias.

Compañías como Serdan S.A. VISE del Grupo Altum le están apostando a la construcción de país, mediante la formación para el trabajo, donde diariamente, en ciudades como, Bogotá, Medellín, Cartagena, Cali, Barraquilla, Bucaramanga, Pereira, ofrecen un servicio gratuito que consiste en desarrollar y fortalecer las competencias y habilidades de los candidatos.

Según María Catalina Olave, Directora Desarrollo Organizacional de Serdan, S.A, en 2021, “estamos orgullosos de ser reconocidos constantemente por corporaciones como Fenalco Solidario, por el compromiso social, ambiental, económico, en temas de: mejoramiento de pilares de la sostenibilidad constante. Además, capacitamos continuamente de acuerdo a la demanda de ofertas laborales, logrando que el 80% de los candidatos idóneos sean seleccionados.

En la actualidad, estamos buscando Impulsadores, gestores de ventas, modelos de protocolo y promotores de venta, entre otros”.

Por otra parte, cabe resaltar que “somos aliados de la Fundación Best Buddies, como empresa incluyente, patrocinamos a personas con discapacidad cognitiva, síndrome de Down, en cargos logísticos, aportamos a la generación de oportunidades de formación para el trabajo, mejorar la empleabilidad y productividad, mediante la enseñanza y la práctica simultánea desarrollado las competencias laborales a través de la fundación”. Concluyó Olave.

Por último, hemos implementado un programa de generación de empleo denominado Talent4U, a través del desarrollo tecnológico y captación de talentos. Se trata de una plataforma que a partir de diferentes algoritmos e inteligencia artificial identifica las competencias y habilidades laborales de los candidatos postulados.

Para finalizar, esta plataforma permite una búsqueda de empleo efectiva, para una postulación practica que facilita el proceso de selección para el candidato y la empresa identificando las fortalezas y requerimientos de la vacante ofertada y que muchos puedan acceder al semillero de formación, afirmó Olave.

Marcela Ferrans Silva

Móvil: 3112483698

marcela@ferranscomunicaciones.co

Principales características del líder

Los siguientes elementos son importantes para todo líder:



Adriana Sierra Garavito
Coach Empresarial

1. Valentía inquebrantable: basada en el conocimiento de uno mismo y de su profesión. Ningún seguidor desea que lo domine un líder que carece de autoconfianza y de coraje. Un líder así no logrará dominar a ningún seguidor inteligente durante mucho tiempo.
2. Autocontrol: la persona que no puede autocontrolarse así misma nunca podrá controlar a los demás. El autocontrol es un poderoso ejemplo para los seguidores y los más inteligentes lo emularán.
3. Sentido agudo de la justicia; sin sentido de equidad y justicia, ningún líder puede dirigir a sus seguidores y conservar su respeto.
4. Firmeza en las decisiones: la persona que duda de sus decisiones muestra que no está segura de sí misma. No puede liderar con éxito a los demás.
5. Firmeza en los planes: el buen líder debe planear su trabajo y trabajar su plan. Un líder que se guía por conjeturas y no tiene planes prácticos y definidos es comparable con un barco que no tiene timón. Tarde o temprano chocará contra las rocas.
6. Tener el hábito de hacer más de lo que a uno le corresponde hacer: una de las consecuencias de ser líder es que se debe estar dispuesto a hacer más de lo que se le exige a sus seguidores.
7. Una personalidad agradable: un individuo descuidado o imprudente no puede ser un buen líder. El liderazgo requiere respeto. Los seguidores no respetarán a un líder que no califique alto en todos los

factores de una personalidad agradable.

8. Empatía y comprensión: el buen líder debe ser empático con sus seguidores. Además debe ser comprensivo con ellos y con sus problemas.
9. Dominio del detalle: el buen liderazgo necesita el dominio de los detalles del puesto de líder.
10. Estar dispuesto a asumir toda la responsabilidad: un buen líder debe estar dispuesto a asumir la responsabilidad de los errores y fallos de sus seguidores. Si se trata de modificar esta responsabilidad, dejará de ser líder. Cuando uno de sus seguidores cometa un error y se muestre incompetente, el líder debe

considerar que es él quien ha fallado.

11. Cooperación: un buen líder debe comprender y aplicar el principio del esfuerzo cooperativo y ser capaz de lograr que sus seguidores hagan lo mismo. El liderazgo requiere poder y el poder necesita cooperación. Hay dos formas de liderazgo. El primero y con mucho el más efectivo es el liderazgo que tiene el consentimiento y la comprensión de los seguidores. El segundo es el liderazgo por la fuerza que no tiene el consentimiento ni la empatía de los seguidores.

Adriana Sierra Garavito

Coach Empresarial

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

¿Sabe usted qué es el Marketing Conductual?

Escueladelservicio.com



Retail: camino de la venta

Retail es un término inglés que con el que denominamos la venta minorista y lo tenemos presente en nuestra vida, cerca de nuestra casa y nuestra vida, apenas salimos de casa lo encontramos en nuestro contexto y aunque la venta online ha crecido de manera desbordante dada nuestra tendencia a buscar la facilidad y con la venta online llegan ya productos a nuestra casa este modelo de venta está lejos de desaparecer, de hecho, se ha venido transformando y adaptando a través de los tiempos y tiene unas ventajas competitivas que son difíciles de superar por cualquier otro tipo de venta. Estas ventajas tienen que ver con:

La cercanía, dado que siempre estará cerca de donde te encuentres (casa o trabajo)

Inmediatez, dado que siempre lo tienes cerca así te traslades de un lugar a otro.

Atención personalizada: Siempre te atiende una persona que te ayuda, apoya y asesora en tu proceso de compra



Es una red: aunque en algunos casos no tan organizada son muchísimos puntos en diferentes puntos de la ciudad con unos alcances por zonas y con unos cubrimientos sin embargo ya muchísimas compañías se han especializado y han venido estableciendo redes con alcances, zonas, ubicaciones específicas y con estudios a profundidad de las zonas donde están ubicados.

Evolución: es un canal que ha evolucionado de manera constante pasando desde su ubicación, la entrega a domicilio para facilitarte el proceso de compra y una de las ultimas es la mixta entre la compra en línea y entrega a domicilio dado que el despacho se cubre dependiendo del punto más cercano a tu ubicación.

Un aspecto muy importante de este tipo de venta es que tiene un proceso a una secuencia de momentos enfocados en 3 procesos:

Momento comercial: cuando realizas presencia como marca o comercio en el panorama mental del cliente y el decide realizar una compra

Momento logístico: cuando el cliente o el comercio realizan una actividad que requiere un proceso logístico despacho, entrega, inventario, etc.

Momento transaccional: cuando se realiza una decisión que lleva a un proceso financiero: realizas la compra, pedido y/o se paga el producto.

Dependiendo del tamaño, lo organizado la posición o rol en que

este el comercio o la empresa, esta participara una o más veces de estos momentos, es aquí donde es importante identificas en los que participas para de esta forma organizar todos los procesos concernientes a las necesidades de tu cliente y en como satisfaces y facilitas el proceso de compra, pero también como lo organizas, debes tener en cuenta en hacerlo lo más liviano posible pero también lo más detallado posible.

Aunque suena utópico o no te es tan claro que lo explico de la siguiente forma, se trata de tener la menor cantidad de pasos pero que no por tener menos pasos el comercio pierda control, la venta o información en el proceso, por eso son dos variables que debes controlar al desarrollar el modelo de atención, venta y logística, para ello también se debe tener en cuenta el cubrimiento en zona de venta, el tiempo, el tipo de productos que podría comprar este mercado local y su forma de monetizar o pagar. Con este análisis claro puedes comenzar a vender.

Carlos E. Roa Cuesta

ceo@tangramcolombia.co

tangramcolombia.co



Tendencias en RRHH que continuarán en el 2022

Desde [Cegid, en América Latina Meta4 A Cegid Company](#), la marca de soluciones cloud de Nómina y Talento, se recomienda poner especial atención en las **nuevas formas de trabajar y de gestionar el talento, principalmente en los siguientes aspectos:**

1. **Nuevos modelos de trabajo:** La llegada de las nuevas generaciones en el entorno laboral, así como la pandemia, marcaron y continuarán moldeando la forma de trabajar. El nuevo contexto puso de manifiesto la posibilidad de diseñar nuevos esquemas de trabajo, optando por *modelos a distancia, híbridos o espacios flexibles*. El desafío reside en implementar un modelo que se ajuste a necesidades, cultura y estrategia de la organización, considerando las expectativas de empleados y generando nuevas maneras de colaborar.
2. **Espacios laborales virtuales.** Las herramientas digitales marcarán las formas de colaborar y desarrollar, impulsadas por la necesidad de dar respuesta a las medidas de distancia social y nuevos modelos de trabajo: salas de reuniones virtuales, soluciones de colaboración y formación, y realidad virtual para el aprendizaje y/o una experiencia inmersiva de relacionamiento, por ejemplo, son acciones que tienen un gran potencial.
3. **Experiencia del empleado.** Su importancia continuará en aumento, así como las iniciativas de las empresas para crear bienestar, productividad, compromiso y crecimiento, junto con la simplificación de la experiencia tecnológica. Ahora, en el ciclo de vida del talento, se considera no solo la

función de la persona, sino sus propósitos y valores, sus objetivos de desarrollo y crecimiento o sus inquietudes personales, para que el trabajo y desarrollo personal se complementen.

Hoy en día, para dar mayor uniformidad a la experiencia del empleado y facilitar el trabajo de equipos de RR.HH., están surgiendo *experience platforms*, soluciones tecnológicas que integran todo el ciclo del talento. Estas plataformas tienen como objetivo mejorar la experiencia del empleado y la gestión de las relaciones con los empleados con módulos para gestión de casos y documentos, encuestas, colaboración, etc.

4. **Reskilling y Upskilling.** Las organizaciones que busquen estar preparadas para cambios repentinos serán aquellas que pongan en primer plano las fortalezas humanas, como la toma de decisiones, la adaptabilidad, la resiliencia y la flexibilidad. Y no sólo en épocas de crisis, sino continuamente y trabajando en conjunto con la tecnología y los beneficios que ésta brinda al negocio.

Formar en nuevas habilidades e implementar estrategias de **reskilling** -

*desarrollo de nuevas habilidades para nuevos trabajos dentro de la organización - y **upskilling** – desarrollar nuevas habilidades y/o mejorar y optimizar competencias para el puesto actual* - serán puntos clave para los RR.HH. en los próximos meses.

Apostar por estas acciones brinda dinamismo a la organización y la vuelve comprometida con el aprendizaje continuo volviendo a los colaboradores más versátiles, al mismo tiempo que la compañía estará mejor preparada para abordar los retos que puedan surgir en el futuro.

Por otra parte, todo apunta a un incremento en los roles relacionados con la salud, el bienestar, la responsabilidad y la ética, tanto a nivel ambiental como tecnológico, la gestión y el análisis de datos, así como los roles que lideren y gestionen las nuevas formas de trabajar, desde la creciente automatización hasta el trabajo en remoto.

- 5. Atracción de talento global.** Una de las ventajas que ha traído consigo el trabajo remoto es la oportunidad de atraer talento a nivel global, colaboradores que trabajen desde casi cualquier parte del mundo.

Pero, además, conforme incrementa la participación de una empresa en mercados internacionales, se enfrenta al desafío de contar con profesionales de

recursos humanos capacitados para atraer y trabajar con personas diversas culturalmente y de diferentes áreas geográficas.

Por ello, la compañía, desde el proceso de atracción del talento, deberá asegurarse de comunicar de tal forma que todo sea interpretado correctamente y aceptado de manera consensuada por todas las filiales, para evitar malas interpretaciones por diferencias culturales o por distancia geográfica.

6. Diversidad, equidad e inclusión.

Ahora los trabajadores demandarán que las empresas se involucren en los problemas sociales, que tomen acción y vayan más allá de las promesas y se comprometan. Que sean empresas que generen oportunidades para sus colaboradores, sin que su género, creencias u origen sean una barrera para su crecimiento personal y profesional.

La generalización de estas tendencias no es algo que vaya a ocurrir de un año a otro. Los cambios toman tiempo, son transiciones de sistemas complejos que traen consigo resistencia al cambio y aprendizaje continuo. Pero, sin lugar a duda, la implementación de tecnología y un adecuado liderazgo, consciente del nuevo contexto, contribuirá a una adopción exitosa de las tendencias que mejor se adapten a las necesidades de cada empresa y sus colaboradores.

Los e-Hospital: una herramienta fundamental para la época de vacaciones y los viajeros que salen de casa

- *Un e-Hospital atiende virtualmente servicios de primer nivel, preventivos y curativos, y permite que los pacientes tengan un seguimiento, cuidado y tratamiento de sus patologías de forma no presencial.*
- *En el país los e-Hospital tomaron fuerza desde el año 2020, tratando de dar solución a un contexto retador y acelerar el desarrollo digital de la atención médica en el país.*
- *A la fecha ya se registran alrededor de 101 millones de pacientes atendidos por atención de telesalud.*

Los e-Hospital son una herramienta fundamental para la época de vacaciones decembrina y comienzo de año porque los servicios de salud virtuales permiten atender las necesidades de primer nivel del paciente aún sin estar en su ciudad o país de residencia, inclusive si se está en zonas rurales, logrando así que la lejanía del hogar no afecte la atención en salud que se requiere.

En el país los e-Hospital surgieron con más fuerza desde el año 2020, tratando de dar solución a un contexto retador y acelerar el desarrollo digital de la atención médica en el país. A la fecha ya se registran alrededor de 739 IPS habilitadas para prestar servicios en telesalud y 2.062 servicios habilitados bajo la modalidad de telemedicina, y alrededor de 101 millones de pacientes atendidos por atención de telesalud, de acuerdo con cifras del Ministerio de Salud.

Solo el servicio de e-Hospital Care24, que presta Farmalisto a través de su IPS virtual, ha aumentado en el último año en más de

un 65% el número de sus pacientes. Así, la atención remota se convirtió en el principal aliado del sector salud y los pacientes en Colombia, después de la experiencia registrada con el confinamiento y situaciones de orden público que imposibilitaron o dificultaron el desplazamiento. Además, prestar el servicio de salud de manera virtual a quienes están en los territorios más alejados y no tienen acceso a los hospitales.

Para el caso de los viajeros, que en tiempos de vacaciones pueden sufrir percances en salud o presentar inconvenientes a la hora de monitorear sus patologías, hoy tienen a la tecnología de su lado y herramientas como los e-Hospital les ayuda a tener bajo control su salud sin importar el sitio en donde se encuentren. Una de las ventajas más importantes de estas funcionalidades es la movilidad, pues las clínicas virtuales dotadas con estas centrales virtuales tienen hoy la capacidad de trasladar todas estas herramientas a dispositivos móviles,

potenciando y facilitando la atención de los hospitales portátiles.

Estos hospitales virtuales de primer nivel, que ofrecen atención preventiva y/o curativa, permiten a los pacientes tener un servicio de telemonitoreo que está en la capacidad de atender a cualquier persona, sin importar su edad, ubicación geográfica y proceso médico, ya que puede ajustarse a las necesidades o condiciones básicas que registre el paciente.

En caso de que presente una señal de alerta, es decir, que sus indicadores estén fuera de los rangos normales estipulados por los médicos, los profesionales de la salud se pondrán en contacto con la persona para hacer seguimiento y ofrecer una solución o alternativa para su bienestar.

Las patologías más atendidas actualmente virtualmente, además del Covid, son la diabetes, la hipertensión, ortopedia, medicina general, cardiología, psicología entre otros.

El tratamiento de la salud mental de los pacientes se ha disparado debido al impacto que ha tenido la pandemia en la salud mental y las consecuencias psicológicas que ha dejado la enfermedad en personas que han contraído el Covid-19 o en personas con familiares contagiados, el encierro, la pérdida de trabajo y la incertidumbre ha generado la necesidad de que más usuarios consulten y revisen su salud mental y anímica y le den la importancia que esta merece.

“El programa integral de monitoreo remoto en tiempo real de Care24, la IPS virtual de Farmalisto, tiene como propósito identificar señales de alerta de indicadores biomédicos y signos vitales del paciente frente al inicio, progresión y control de enfermedades crónicas como la diabetes tipo 2 y la hipertensión, complementado con la atención de médicos generales y especialistas por medio de las teleconsultas”, explicó José Joaquín Mora, Presidente de Farmalatam Holding.

Estos servicios se pueden complementar con el acceso a medicamentos por medio de plataformas o farmacias en línea, que brinden un cuidado completo del paciente proporcionando un catálogo de productos que aporten a su bienestar, como los medicamentos de alta especialidad para enfermedades crónicas. Además, con un e-Hospital, las personas tienen a su disposición una amplia red de especialistas médicos en el momento que lo requieran.

Farmalisto es la **Plataforma Tecnológica Integral de Salud en Casa** que brinda servicios médicos presenciales y virtuales en particular teleorientación, teleconsulta y telemonitoreo, así como el catálogo más amplio de productos farmacéuticos tanto OTC como de fórmula médica, ofreciendo al paciente la receta completa siempre, el mejor precio del mercado, cualquier medio de pago y la confianza, seguridad y comodidad que este busca.

La organización se constituye en una solución integral para todas las

necesidades de salud y bienestar en el lugar donde se encuentra el paciente. Farmalisto tiene presencia en Colombia, México, Perú y Chile donde se destaca como líder en innovación y soluciones tecnológicas para el sector salud. Esta organización es pionera en sistemas de E-salud, programas de apoyo a pacientes y creación e implementación de e-commerce para los grandes laboratorios farmacéuticos, programas de monitoreo individualizados y apoyados por inteligencia artificial para los pacientes con enfermedades crónicas como la diabetes, y demás servicios a grandes actores del sector salud en el mundo. Farmalisto es una empresa que ha recibido fondos de los

más importantes inversionistas a nivel internacional como son IDB Invest, HBM Investment Partners y Morgan Rio.

Para más información ingrese a:
www.farmalisto.com.co

Lucía Chávez
 ACCOUNT COORDINATOR



DIRECCIÓN: Calle 90 N° 11-13, Piso 7
 Bogotá, Colombia
TEL.: +57 1 746 0070
CELULAR: +57 318 8796610



**Escuela
 Superior
 del Servicio**

5 riesgos que se pueden evitar cuando se usa almacenamiento en la nube

Según la firma IDC, para finales de 2021 se prevé en Latinoamérica que el cambio en las infraestructuras de aplicaciones centradas en la nube sea del 75%, en comparación con los indicadores anteriores a la pandemia, y en promedio un 35% del gasto en tecnología estará relacionado con la nube.

La nueva realidad ha acelerado la transición hacia los medios digitales, en donde las personas requieren acceder a la información y aplicaciones de negocio de forma rápida, en cualquier momento, ubicación y dispositivo.

El cloud computing democratiza el acceso a la información gracias a sus múltiples ventajas que incluyen flexibilidad, ya que se ajusta a las necesidades costo-eficientes y de continuidad de negocio que tienen las empresas de hoy.

Según Gartner, la proporción del gasto en TI que se está trasladando hacia los servicios Cloud, se acelerará después de la crisis de COVID-19, y se prevé que la nube represente el 14,2% del mercado de gasto de TI empresarial global total en 2024.

Respecto a la seguridad en la nube Sebastián Salinas, Ingeniero Preventa de InterNexa manifiesta que *“a pesar de que en el entorno actual y en el mediano plazo, la decisión de adoptar soluciones Cloud, es casi que obligatoria para las empresas, tanto grandes como medianas, aún son temerosas frente a la seguridad de la información. Por esto, se deben tomar acciones, comprender sus riesgos y*

proteger su nube, para no convertirse en el 70% de las organizaciones que por año experimentan alguna situación adversa de seguridad en la nube”.

InterNexa muestra 5 de los riesgos más comunes de la información al ser migrada a las plataformas cloud para identificar y establecer medidas de protección:

1. Personas y procesos.

Cuando hablamos de adopción, el mayor desafío no es la tecnología, sino las personas quienes deben cambiar y adaptarse a la nueva forma de hacer las cosas. Un adecuado liderazgo y acompañamiento en el uso eficiente y consciente de la información, por parte de sus colaboradores y equipo humano, son el sello que las empresas con procesos y cultura orientados hacia lo digital harán para facilitar una transición rápida y eficaz, mientras las empresas ancladas al pasado tendrán un largo camino para la adopción total de la nube.

2. Protección de la información.

Garantizar que los datos con los que se operan en nube se mantengan seguros y privados es uno de los riesgos que suman a

un nuevo actor: el proveedor de servicios. Al contratar un proveedor de nube se recomienda comprobar de manera eficaz las prácticas de gestión de la información, para tener la plena certeza que la información es gestionada bajo los mejores estándares y cumpliendo la normatividad legal.

3. Accesibilidad.

Una ventaja del cloud computing es el fácil acceso para los colaboradores de una organización, permitiendo iniciar sesión para ver y modificar la información desde cualquier dispositivo y ubicación, pero desafortunadamente se convierte en debilidad si las empresas no pueden ver quién está usando su nube en un momento dado. La falta de gestión de la accesibilidad es uno de los riesgos más comunes, por lo que se recomienda establecer políticas y procedimientos claros y estrictos para salvaguardar la información del negocio.

4. Disponibilidad y continuidad del negocio.

Cuando se adopta Cloud computing, está dejando en manos de un proveedor la disponibilidad y continuidad del negocio, lo que puede materializarse en un riesgo fácilmente para su empresa. Por esto, es necesario que valide con el proveedor que tenga implementados exhaustivos controles, mecanismos, procedimientos y testeos de Disaster Recovery (Recuperación de desastres) para minimizar los riesgos de pérdida de información.

5. Cumplimiento

La información que los sectores económicos como el financiero, educativo, salud, minero, entre otros extraen y generan a diario deben cumplir con unos requisitos reglamentarios o normativos de cada industria o país, por lo que el no cumplimiento puede ver amenazada la compañía en su reputación o expuesta a multas millonarias. Por lo tanto, es necesario tener claridad sobre qué exigencias frente a la localización de la información tiene el negocio por parte de las entidades de control del país, y así elegir el tipo de nube o almacenamiento que se adecua a su empresa.

El Cloud computing es una herramienta esencial para las empresas que se transforman digitalmente, pero eso no significa que todas las organizaciones sepan cómo usarla de manera correcta. Al ser usuarios de estas plataformas, es clave mantenerse al tanto de los riesgos y tomar las medidas necesarias para mitigarlos, convirtiéndola en una buena práctica para el uso del Cloud computing sin ningún miedo y obtener el mayor provecho para el negocio.

Efe Concepto Lab

Alejandra Morales 315 6739271

Liliana Lozano Almario 311 2514807

Social Commerce, la preferencia de los consumidores al realizar sus compras online

- El 54% de los colombianos prefieren hacer sus compras a través de redes sociales
- Facebook, WhatsApp e Instagram son las plataformas más usadas.

Fabio Ardila, Digital Advisory LATAM de Keyrus

El “Social Commerce” es denominado como una de las estrategias de venta online más efectivas, ya que al integrar redes sociales y tiendas online, las marcas y las empresas logran tener una conversación más cercana y humana con el cliente ideal, permitiendo generar confianza gracias a toda una estrategia de marketing bien articulada, convirtiendo a las redes sociales en una de las plataformas más utilizadas para adquirir productos.

Es así, como la digitalización de las compras en los últimos años ha evidenciado el incremento en ventas en estos canales, según la Cámara Colombiana de Comercio electrónico (CCCE), en el segundo trimestre de 2021 se reportó un aumento del 16% en las ventas hechas a través de los canales digitales, en comparación con las ventas del primer trimestre de este año.

Esta tendencia ha tomado fuerza porque con la democratización del Internet el acceso a las redes sociales se ha masificado, de igual manera los planes de telefonía móvil ofrecen paquetes que las



incluyen por ende de manera gratuita y facilitan el acceso a ellas. *“Lo normal y la evolución natural del ecommerce es hacia WhatsApp, Facebook e Instagram usar o comprar en estas plataformas es el camino natural, es mucho más orgánico comprar en ellas que entrar a la página de una empresa que el usuario o cliente potencial*

no utiliza en su día a día, por eso la tendencia es ir hacia las redes sociales para las compras”. afirma **Fabio Ardila, Digital Advisory LATAM de Keyrus.**

Las redes sociales son más dinámicas que los marketplaces, los usuarios navegan durante el día por estas plataformas y su familiaridad con ellas permiten que las compras sean más sencillas, son visuales, tienen en sus chats incorporados una experiencia muy natural, lo cual facilita las ventas; esto se evidencia en el posicionamiento de herramientas como Facebook, Whatsapp e Instagram según Rapyd y su encuesta en la que comparten que el 72% de las personas encuestadas afirmó haber realizado compras en Facebook, un 53% en Whatsapp y un 51% en Instagram.

Sin embargo, surge la duda si esta preferencia de compra podría desplazar el ecommerce, para **Fabio Ardila, Digital Advisory LATAM de Keyrus**, no hay una regla absoluta: *“Hay categorías que son más propensas de quedarse en canales como estos, por ejemplo los víveres, ropa o productos de belleza es mucho más natural comprarlos por Redes Sociales y WhatsApp. Es un poco más difícil en categorías como electrónica de consumo. Al final, lo que logra el social commerce, es unir lo mejor de la experiencia de los dos mundos, de la experiencia digital y la experiencia de la tienda física”.*

Según los expertos, el mercado del social commerce será más de 130 billones de

dólares para el 2025¹, con esta predicción puede que muchas empresas o Pymes se vean un poco perdidas y se encuentren en dilema: e commerce o social commerce ¿cuál será el mejor camino?, todo depende de la categoría en la que se encuentre por eso es importante tener en cuenta dentro de la estrategia de marketing, qué es mejor, una sola tendencia o ambas: *“Sí o sí hay que migrar y experimentar, hay que estar pendiente de cómo migrar, hay que estar en las dos, y entender hacia dónde se van moviendo mis usuarios y generar una experiencia omnicanal. Tiene que ser una experiencia que sea válida para todos los canales, centrado en sus clientes y pensando en su necesidades”* agrega **Fabio Ardila, Digital Advisory LATAM de Keyrus.**

Sin duda alguna, la evolución y crecimiento en el comercio electrónico ha sido gigante y los cambios siguen presentándose como una oportunidad para mejorar las experiencias de usuario, es así como el social commerce se ha convertido en una tendencia de compra y venta que llegó para quedarse.

eфе Concepto Lab

Viviana Martínez: 3004848362

Natalia Roa Zambrano: 3107124118

Liliana Lozano Almario: 311 2514807

¹ Fuente: Data from consumer survey in 9 countries. BCG analysis.

Data & Analytics es el área disruptiva de Juan Valdez

- *Este caso de éxito fue presentado por ITPerforma by Keyrus en el foro empresarial Data & Digital centradas en la experiencia del cliente, en Andicom, el jueves 18 de noviembre.*
- *Juan Valdez es una marca reconocida internacionalmente por llevar el café colombiano a muchas partes del mundo desde el año 2002. Cuenta con cuatro líneas de negocio, tiendas especializadas, grandes superficies, canal institucional y el portal e-commerce.*



Carlos Díaz, VP Data NOLA Keyrus & CEO ITPerforma

Tras la adquisición, anunciada el mes pasado, por parte de Keyrus, consultora internacional de las áreas de Inteligencia de Datos y Transformación Digital, de la empresa colombiana

especializada en inteligencia de datos, ITPerforma, ya es posible ver el impacto que tiene esta unión en la economía y en la industrial nacional.

La marca de café Juan Valdez, que identifica el café colombiano y representa a más de 540.000 familias caficultoras en el país, decidió dar un paso adelante en la analítica de datos para mejorar el rendimiento de su negocio. Identificando la necesidad de mantener la visión alineada a nivel corporativo y suministrar información procesada a diferentes tipos de usuarios, que respondiera a sus requerimientos para poder tomar decisiones ágiles. Es así como empieza el área de Data & Analytics de la organización.

Tomar decisiones basadas en datos fue el objetivo principal de Juan Valdez, y que ITPerforma by Keyrus materializó con Alteryx + Snowflake + Tableau, soluciones que procesan los datos de los usuarios para permitirles tener respuestas oportunas y más completas. Si bien la empresa experta en inteligencia de datos ya había colaborado con la empresa de café en el

pasado, esta fue la oportunidad para alinear la solución con todas las necesidades de las diferentes áreas del negocio.

Según Carlos Díaz, VP Data NOLA Keyrus & CEO ITPerforma “Tras empezar a construir el equipo interno de Data Analytics, empezó el proceso de descentralización y disponibilidad de data maximizando el uso de Tableau, lo que contribuyó en la recolección y concentración de la información disponible para el negocio con Calidad y Oportunidad”.

Esta colaboración ha significado el aumento de la productividad del negocio para la empresa productora de café, ya que se evidencia un trabajo más estructurado de centralización, procesamiento, preparación y visualización de la información, que ya no está en manos de otras áreas del negocio, sino que tiene ahora un área especializada, con toda la información requerida para hacer un mejor uso de los datos y creando a su vez una cultura de toma de decisiones basadas en datos.

“La demanda por inteligencia de datos y transformación digital creció en Latinoamérica y se convirtió en el eje fundamental para esta década, la información bien administrada y gestionada es la oportunidad para que los negocios optimicen sus recursos y agilicen procesos internos y externos, generando rentabilidad en cada una de las áreas”. agregó Carlos Díaz, VP Data NOLA Keyrus & CEO ITPerforma,

Es así como ITPerforma by Keryus participará en el foro empresarial Data & Digital centrada en la experiencia del cliente, llevando este caso de éxito de Juan Valdez, marca reconocida internacionalmente por llevar el café colombiano a muchas partes del mundo desde el año 2002.

efe Concepto Lab

Viviana Martínez: 3004848362

Natalia Roa Zambrano: 3107124118

Liliana Lozano Almario: 311 2514807



**Escuela
Superior
del Servicio**

Tecnología 5G en Colombia ¿Qué cambios traerá esta red al país?

Hace unos días, el Ministerio de Tecnologías anunció que está listo el nuevo proyecto de decreto que actualiza los topes de espectro y habilita la asignación de este para la red 5G, la cual ofrece mayor velocidad de navegación en internet. La pregunta que surge, ante este nuevo anuncio es, cuáles serán las ventajas que tendrá esta nueva red en el país.

**Por: Javier Bedoya, Andean Region
Commercial Broadband Manager
Furukawa**

En la actualidad, aunque a algunos visualicen exageradas las expectativas que existen sobre las redes de quinta generación (5G) por parte de la industria de las telecomunicaciones, los analistas y la prensa especializada; lo cierto es que esta nueva tecnología dejará sentir su efecto tanto a nivel de mercado como a nivel de aplicaciones, generando una transformación en los servicios móviles y de conectividad en general que hoy conocemos.

Lo primero que parece pertinente decir sobre 5G es que su velocidad de transmisión de datos será, efectivamente, uno de sus aspectos más relevantes.

De acuerdo con el nuevo proyecto de decreto se aumentarán los topes vigentes



definidos para las bandas por debajo de los 3.000 MHz (3 GHz) y se definirá una nueva categoría para el espectro en bandas entre 3 GHz y 6 GHz, con el propósito de habilitar la asignación de la banda de 3.5 GHz, la cual cuenta con cerca de 400 MHz disponibles.

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

Sumando la velocidad y la bajísima latencia, las redes 5G permitirán que se desarrollen y

masifiquen tecnologías que, si bien se conocen, aún operan en forma experimental, como sucede por ejemplo con los vehículos autónomos. Asimismo, veremos el florecimiento del Video Ultra HD y la consolidación de los sistemas de Realidad Virtual, Realidad Aumentada para los videojuegos, y muchas nuevas aplicaciones basadas en Inteligencia Artificial, Robótica Industrial, Minería; y en todo lo relacionado con la consolidación de la Internet de las Cosas (IoT).

¿Cómo y por dónde empezaría?

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

Por lo tanto, no es exagerado decir que la tecnología 5G tendrá su camino “pavimentado” con fibra óptica.

Se demuestra en el creciente interés en la fibra óptica considerada como un elemento indispensable para soportar las nuevas

necesidades de las empresas, ciudades y países que quieran tomar ventaja en las telecomunicaciones de próxima generación, para beneficios de la sociedad en general.

Esto es tangible incluso a nivel de Latinoamérica en donde vemos fuertes inversiones e iniciativas públicas y privadas relacionadas con fibra óptica.

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

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



Le gusta el Marketing Relacional...
Estamos juntándonos en una comunidad...
¡Anímesese!

Infraestructura de Comunicación para Redes de Energía

La confiabilidad de la fibra óptica y su inmunidad ante las interferencias electromagnéticas se convierte en un elemento indispensable en la operación

El sector eléctrico es uno de los pilares del desarrollo económico e indispensable para impulsar la competitividad de cualquier país. Todas las industrias están camino a la transformación digital y sector eléctrico no es la excepción, por ende, la cuarta revolución energética pasa por cambios tecnológicos tales como inversiones en digitalización de redes y flujos, sistemas de energía descentralizados, entre otros.

La Energía 4.0 implica un crecimiento sustancial en la generación de datos y pone foco en la necesidad de una mayor eficiencia en el desarrollo productivo. Para ello es indispensable automatizar los procesos incorporando el uso de nuevas tecnológicas como Inteligencia Artificial, Machine Learning, Big Data y el IoT que permitan procesar, gestionar y administrar datos, para aportar valor a través de incrementos en la productividad y controles más eficientes en la administración de los costos asociados a la operación.

Las empresas de energía pueden contar con el uso de *Network Digital Twin*, un modelo 3D que mejora la calidad del servicio, facilita las inspecciones de la red las cuales se pueden llevar a cabo con realidad aumentada, y brinda la oportunidad de realizar mantenimiento correctivo, ya sean reparaciones rápidas o mantenimiento

preventivo para identificar un riesgo y actuar según sea necesario.

En la actualidad, la industria de energía eléctrica enfrenta un gran desafío puesto que los consumidores finales, industriales y el comercio deben estar en la capacidad de producir su propio suministro a través de energías renovables, lo que supone que el operador del sistema debe considerar una inyección de potencia eléctrica en una red que antes estaba solo dispuesta para el consumo.

Adicionalmente, con la aparición y adopción de medios de transporte más amigables con el medio ambiente, las redes de distribución inteligentes y los consumidores están más exigentes, lo cual es necesario garantizar que la red sea segura, fiable, de alta disponibilidad y calidad a través de redes inteligentes (Smart grid) para combatir pérdidas, medidores de consumo inteligente, almacenamiento de energía y microrredes para sistemas aislados y movilidad (cargadores para vehículos eléctricos).

Con un panorama como este, y teniendo en cuenta la complejidad del tejido de las redes eléctricas, las soluciones de fibra óptica se convierten en un aliado ideal, capaz de soportar ambientes de misión crítica.

Por ende, es esencial contar con una infraestructura de fibra óptica capaz de soportar las duras exigencias y solventar el crítico nivel de conectividad. Dicho material aporta ventajas operacionales, tales como la resistencia a la acción de la intemperie, rayos UV, polvo, humedad, interferencias electromagnéticas, vibraciones, acción de agentes químicos - como aceite e hidrocarburos - altas temperaturas e incluso fuego (no propaga la llama en situaciones de incendio).

Además de los beneficios tecnológicos, la fibra óptica tiene un impacto positivo a nivel ambiental al contribuir, por ejemplo, en la reducción de emisión de CO₂ en la atmósfera. Por su parte, este sistema de cableado no necesita un espacio amplio para su instalación, lo que reserva recursos a las empresas como salas técnicas, racks para acomodación de los cables y pérdidas de materiales durante la instalación. También, permite el ahorro de energía eléctrica dado que funciona con elementos pasivos sin necesidad de equipos intermedios. Su vida útil es otro tema para destacar: las soluciones son a prueba de futuro, ya que la fibra tiene una capacidad virtualmente infinita para transporte de datos y larga duración por encima de cualquier otro medio físico.

Según la consultora McKinsey, la transformación digital de las empresas de servicios públicos puede conducir a una reducción de hasta un 25% en gastos operativos y las ganancias entre el 20% y el

40% en áreas como seguridad, confiabilidad, satisfacción del cliente.

Soluciones de comunicación para redes de energía

Furukawa Electric ha desarrollado soluciones que cubren las necesidades de las cuatro etapas del sistema eléctrico: generación, subestación, transmisión y distribución. Dichas soluciones consideran las plantas fotovoltaicas y eólicas (que crecen en implementación y participación de mercado), las comunicaciones, la interoperabilidad de los distintos dispositivos electrónicos inteligentes y los modelos de operación de las redes eléctricas smart grid y self-healing, entre otros.

Estas soluciones tienen como objetivo permitir a sus clientes reducir riesgos, evitar fallas y paradas en la operación, tomar decisiones asertivas y rápidas, y modernizar las redes de comunicación alámbricas e inalámbricas.

Sumado a esto, la compañía brinda consultoría, con soporte a la operación con ingeniería especializada desde el prediseño hasta la postventa, capacitaciones y soporte a los equipos de trabajo, confiabilidad, a través de una infraestructura de red datos basada en conectividad robusta que evita situaciones de inestabilidad, e inteligencia, con un portafolio adecuado de soluciones y productos preparados para soportar las nuevas aplicaciones.

Metaverso y Conectividad:

¿Qué se necesita para desplegar el nuevo mundo virtual?

Desde Furukawa Electric siempre se ha hablado que la Fibra Óptica es el elemento que hará girar al mundo, y ahora será imprescindible para los nuevos espacios irreales



Magno Fugisava, Market Manager de
Furukawa Electric LatAm

El Metaverso es un mundo virtual al que nos conectaremos utilizando una serie de dispositivos que nos harán pensar si realmente estamos dentro de él, interactuando con todos sus elementos. Pero, para desplegarlo, se necesitará una infraestructura tecnológica robusta con el fin de brindar una real experiencia inmersiva.

Puede parecer nuevo, pero el concepto de Metaverso data de 1992, cuando el escritor de ciencia ficción Neal Stephenson lo definió en su novela *Snow Crash*, como un mundo ficticio virtual y colectivo. Hoy, es más simple referirse a él como un Internet Inmersivo y Tridimensional.

Sin embargo, el Metaverso cobró relevancia cuando en noviembre de 2021, Mark Zuckerberg, CEO de Facebook, anunció el cambio de nombre de su empresa a Meta Platforms Inc. o simplemente Meta, dando paso a un nuevo nivel de experiencia virtual en la que los usuarios podrán entrar para reunirse, trabajar y jugar con dispositivos de realidad virtual, gafas de realidad aumentada, aplicaciones en smartphones y otros dispositivos.

Tras el anuncio, el interés por la construcción de mundos digitales se disparó entre las compañías y los usuarios, tanto que según una encuesta de Bloomberg Intelligence, la plataforma tecnológica del Metaverso podría transformarse en un mercado de US\$ 800 mil millones para 2024².

Ahora bien, para desplegarse, el Metaverso necesitará una infraestructura tecnológica robusta, capaz de brindar toda la capacidad de cómputo, almacenamiento y ancho de banda necesarios para brindar una real experiencia

2

<https://www.bloomberg.com/professional/blog/metaverse-may-be-800-billion-market-next-tech-platform/>

inmersiva. De hecho, Qualcomm señaló en 2018 que para desarrollar un entorno de realidad virtual, como el Metaverso, requeriría de una velocidad mínima de navegación de 200 Mbps³.

Considerando esto, Magno Fugisava, Market Manager de Furukawa Electric LatAm, explica que actualmente, la tecnología que mejor satisface estos exigentes requerimientos es la fibra óptica, ya que ofrece velocidades muy altas, alcanzando capacidad de centenas de Terabits en pruebas recientes.

"La fibra óptica se convertirá en la conexión indispensable para el desarrollo de las experiencias virtuales e inmersivas que caracterizarán al Metaverso, ya que garantiza diversos parámetros que para desarrollar una experiencia en tiempo real son fundamentales, como una mayor estabilidad en la señal y una transmisión de audio y video en tiempo real", explica el ejecutivo de Furukawa Electric LatAm.

Sin duda, la conectividad será crucial para habilitar el Metaverso. No obstante, la madurez de este nuevo entorno inmersivo no se alcanzará antes de 10 ó 15 años, y además requerirá del trabajo, mancomunado o no, de diversas compañías, algunas de las cuales ya están avanzando en la construcción de sus propios metaversos, como Microsoft, Nvidia y Epic Games, los creadores de Fortnite.

Esta proyección de, al menos, una década, significa que el Metaverso aprovechará las ventajas de tecnologías como el 5G, cuando ésta se encuentre madura y masificada en el mercado.

Incluso, encontrará su mayor expresión cuando se inicie el camino concreto hacia 6G, donde se espera que las primeras implementaciones comerciales de esta tecnología de sexta generación comiencen a partir de 2028⁴. En lo que respecta a velocidades, según un análisis realizado por Samsung, mientras 5G está diseñada para proporcionar una tasa de transferencia de datos máxima de 20 Gbps, 6G se prevé que alcance los 1.000 Gbps.

Considerando el futuro de Internet, los dispositivos y sensores conectados (IoT) y el avance de nuevas tecnologías disruptivas, es plausible imaginar un Metaverso que lo reúna todo en una combinación fluida de todas estas soluciones. Para lograrlo, será fundamental la capacidad computacional de los centros de datos y una infraestructura tecnológica robusta, escalable y resistente.

"Mientras más complejas sean las plataformas, mayor será el ancho de banda que se requiera. Los nuevos entornos virtuales de interacción en tiempo real requerirán prestaciones más exigentes, y en este escenario, será más necesario el uso de conexiones con fibra óptica para mantener un alto estándar en la experiencia de los usuarios", concluye Magno Fugisava de Furukawa.



3

<https://www.qualcomm.com/media/documents/files/vr-and-ar-pushing-connectivity-limits.pdf>

4

<https://cdn.codeground.org/nsr/downloads/researchareas/6G%20Vision.pdf>

Soluciones para Redes Subterráneas: Tendencias en cables de alta densidad

Es seguro decir que, debido a la pandemia COVID-19 que azotó al mundo en 2020, estamos atravesando una nueva era en el sector de las telecomunicaciones, impulsando un desarrollo cada vez más rápido, con el desafío de satisfacer las crecientes demandas globales, como mayor disponibilidad de red y ancho de banda.



Por: Guilherme Glodzienski, Ingeniero de producto línea Ribbon y Microcable para Brasil y América Latina

La rápida expansión de las redes Fiber to the Home (FTTH) y la nueva red 5G son ejemplos de cómo los operadores y proveedores de servicios en el mercado de las telecomunicaciones se organizan para satisfacer estas demandas, tanto para aplicaciones B2C, como para B2B e incluso B2G (*business to government*). La Fiber Broadband Association estima que se necesitarán aproximadamente 870.000 km

de cable de fibra óptica para dar servicio a las principales áreas metropolitanas de Estados Unidos, lo que evidencia una gran expansión.

Estas demandas de ultra banda ancha abren las posibilidades para nuevas aplicaciones, tanto comerciales como residenciales, basadas en latencias muy bajas, comunicaciones masivas de máquina a máquina y una mejora en los servicios de telefonía móvil.

Se trata de una nueva revolución industrial, donde la fibra óptica es una necesidad fundamental, solo posible a través de instalaciones realizadas de forma eficiente, con optimización de espacios en las redes de acceso, lo que abre un camino para la implementación y mayor demanda de microcables y cables de alta formación.

Novedades en cables de alta densidad

Los primeros cables Ribbon de fibra óptica disponibles en el mercado ofrecían una densidad de hasta 1728 fibras. Actualmente, se pueden encontrar cables con hasta 6912 fibras. Furukawa Electric, como fabricante, investigó y desarrolló varias iniciativas en tecnología Ribbon, con el fin de facilitar y optimizar aún más las

redes subterráneas, surgiendo así la tecnología Rollable Ribbon. Dicha tecnología, presenta cables más pequeños, ligeros y flexibles en comparación con los cables Ribbon convencionales, además proporcionan una densidad de fibra muy alta en un espacio pequeño.

Otro de los beneficios que se pueden encontrar en estos cables Rollable Ribbon, es que para garantizar un buen rendimiento, es necesario utilizar fibras BLI (Bending loss insensitive), lo que permite reducir las posibles pérdidas de potencia, ocasionadas en la red óptica.

Un segundo punto es la posibilidad de uso de fibras de 200 micrones, ya que al reducir las capas externas de la fibra, se permite aún más la densidad de fibra al cable. Si bien, las fibras están parcialmente pegadas (juntas) en puntos intermitentes en un conjunto de 12 fibras, estas se pueden fusionar masivamente, lo que hace que el proceso sea mucho más rápido para la instalación y reparación.

También es importante resaltar que este diseño (Rollable), además de ser práctico para la fusión masiva, facilita la separación y una eventual fusión simple de una fibra óptica específica de forma individual, facilitando su uso en cajas y bandejas más pequeñas, debido a la facilidad de alojamiento. Con este desempeño, es la familia de productos ideal para el uso de

interconexión entre centros de datos, distribución a una red FTTx o 5G densa, además de asegurar una mayor vida tecnológica de la red.

Los beneficios del uso de cables Ribbon van más allá de las demandas tecnológicas. Con la sobreocupación de las redes aéreas, invertir en un cable Ribbon asegura la protección tecnológica, optimiza los costos de instalación y ayuda con la estética urbana.

Desde el punto de vista de la distribución, cuanto mayor sea la relación densidad x diámetro, será mucho mejor. Los cables de alta densidad aportan ventajas de instalación (costos de instalación reducidos, ductos, etc.), y también ventajas logísticas.

En un momento en el que el mundo se enfrenta a una de las peores crisis logísticas de la historia, poder contar con una mayor cantidad de cables y fibras en una misma bobina para reducir los espacios de los contenedores, las cuales optimizan el espacio y reducen los costos de flete, se convierten en un diferencial de gran relevancia para el mercado.

mazalán
comunicaciones

Tendencias de Transformación Digital para pymes 2022

En estos últimos dos años, las organizaciones tuvieron que responder y adaptarse rápidamente a los nuevos desafíos que vinieron con la crisis sanitaria: nuevos modelos de comercio, trabajo y funcionamiento, que aceleraron sus procesos de transformación digital en un esfuerzo por mantenerse en el mercado y construir un futuro.

Si bien los avances fueron enormes, esta tendencia se extenderá durante el 2022 pero con una diferencia: los líderes de las empresas están procurando dejar las acciones que en un principio fueron reactivas y motivadas por los cambios abruptos, para pasar al desarrollo de iniciativas proactivas y estratégicas de mediano y largo plazo.

De acuerdo con la séptima edición de la encuesta Visión Pymes realizada por Brother International Corporation, el 46,5% de los emprendedores en Ecuador y Colombia, afirmaron que la pandemia incrementó el nivel de inversión en tecnología de oficina de su empresa. Esto demuestra que lo que empezó como un intento por resolver problemas inmediatos, se ha convertido en poco tiempo en una oportunidad para que las empresas prioricen la innovación en tecnología, cambien rápidamente de plataformas y creen nuevas ofertas de valor que les permiten ser más competitivas en el mercado.

Todos estos cambios se han convertido en oportunidades únicas para reconstruir un

mundo mejor, lo cual implicará ampliar la definición de valor, es decir que no solo se trata de medir el éxito financiero sino cómo está prosperando la gente, cuál es el impacto sobre el medio ambiente, mayor inclusión y diversidad, entre otros.

A continuación, te compartimos algunos consejos de expertos para que pequeñas y medianas empresas tengan en cuenta en su proceso de transformación digital.

Valores corporativos y ADN Digital: De acuerdo con Jason Acuña*, fundador y CTO de Outer Space Coders, una empresa de tecnología centrada en el desarrollo web y móvil con sede en Costa Rica, "para triunfar, la dirección primero debe fomentar un enfoque que priorice lo digital y que esto se refleje en todas las áreas de la organización. Es importante adoptar una cultura organizacional preparada para la transformación digital y que promueva la innovación para lograr una mayor eficacia en el cumplimiento de metas y objetivos".

Ampliar la definición de generación de valor: Alejandro Carbonell*, CEO y cofundador de Tutorez, una plataforma de

educación en línea con sede en Panamá, menciona que ahora los negocios deben ser conscientes de que la forma de consumir está cambiando y las personas se preocupan mucho más por el medio ambiente, la sociedad y el planeta, por lo que esperan ver reflejados de manera genuina estos valores en las marcas y que no solamente sean parte de su publicidad.

Entorno híbrido de trabajo: Para Astrid Encarnación*, fundadora de Ases Services, una firma de servicios dedicada a la organización y desarrollo estratégico de empresas y profesionales, con asiento en República Dominicana, es indispensable implementar un modelo de trabajo que combine lo mejor de la presencialidad y la virtualidad para elevar la productividad de la empresa y procurar el bienestar de los colaboradores.

Adoptar la nube en los procesos: Si aún no has implementado el uso de la nube para guardar información y trabajar allí, es momento de hacerlo. De acuerdo con Astrid Encarnación*, hay muchas opciones que podrían mejorar las acciones colaborativas de tu empresa, mejorando la comunicación y la gestión de tus servicios.

Ciberseguridad: A la par de los avances en digitalización, los delincuentes informáticos han mejorado sus maniobras y han aprovechado el amplio uso de internet para incrementar los robos de información a usuarios y empresas de todo el mundo. Afortunadamente las pymes latinoamericanas han entendido la necesidad de fortalecer su seguridad digital y por eso, de acuerdo a la última edición de la encuesta Visión Pymes, 1 de cada 3 empresarios planea invertir el próximo año en herramientas de software que mejoren su ciberseguridad.

La digitalización ya no es exclusiva de grandes compañías o de aquellas que trabajan en el área tecnológica, sino que se ha convertido en un factor indispensable para todas las empresas que quieren continuar vigentes en el tiempo, por lo que es importante que los líderes de las pymes desarrollen propuestas de transformación a largo plazo, fomentando la creatividad y la flexibilidad en sus equipos para ser más eficientes.

Juliana Jiménez

+57 3224788002

medios2@comunicandes.com

ConsejeroGerencial.com

¿Cómo mantener la seguridad de las empresas en el auge del trabajo híbrido?

A medida que la implementación del trabajo híbrido se hace más frecuente y se modifican los formatos de funcionamiento de las empresas, los dispositivos y las herramientas de trabajo también han necesitado adaptarse a esta nueva modalidad. Este escenario plantea un nuevo desafío de seguridad y protección de información para las empresas.

Si bien los riesgos cibernéticos han estado siempre presentes, la descentralización del trabajo los aumentó considerablemente. El salto en la conexión de redes corporativas con controles más fuertes a redes domésticas, el uso compartido de dispositivos para actividades laborales y personales o la utilización de equipos de la empresa por otros miembros de la familia, son algunas de las causas de reducción de la seguridad.

A ello se suma que los delincuentes informáticos han mejorado sus maniobras y han aprovechado el amplio uso de internet para incrementar los robos de información a usuarios y empresas de todo el mundo.

Afortunadamente las pymes latinoamericanas han entendido la necesidad de fortalecer su seguridad digital y por eso, de acuerdo a la última edición de la encuesta Visión Pymes, 1 de cada 3 empresarios planeó hacer inversiones en herramientas de software para mejorar su ciberseguridad.

Para aportar a este proceso de mejora en los procesos de seguridad en las pymes, a continuación, varios expertos mencionan consejos útiles para empezar el 2022,

considerando algunos cambios que seguramente evitarán pérdidas de información o problemas aún mayores.

1. Vigilar la configuración de dispositivos en la red: Es crucial gestionar las vulnerabilidades de los dispositivos, después de más de un año conectados a redes domésticas. Por eso, antes de reconectarlos a la red corporativa es fundamental analizar su seguridad para asegurar que están libres de malware que puedan comprometer los sistemas de la organización. Alejandro Carbonell*, CEO y cofundador de Tutorez, una plataforma de educación en línea, recuerda que también "es importante crear un plan para el momento en el que se reciba alguna alerta de seguridad, para identificar la fuente de la amenaza, tener claro a cuál persona contactar y conocer los pasos a seguir, de acuerdo a la situación".
2. Capacitación y concientización de los empleados: En esta etapa

habrá mucha más fluidez y los colaboradores no solo dividirán su tiempo entre la oficina y el hogar, sino que también tendrán oportunidad de trabajar desde espacios compartidos. Este es un potencial riesgo cuando se trata de ciberseguridad. Alejandro Carbonell*, asegura que “los programas de capacitación del personal pueden ayudar a reducir el riesgo en procesos como la administración de contraseñas, la ingeniería social y el uso seguro de la web. Para hacerlo, las técnicas de gamificación son una buena opción, ya que se traslada la mecánica de los juegos, al ámbito educativo-profesional. Lo anterior, permite acelerar el proceso de aprendizaje, y sirve para afianzar cambios de comportamiento de forma duradera”.

3. Políticas para el control de acceso: La autenticación de usuarios es una parte clave de cualquier estrategia de seguridad corporativa, especialmente cuando se administra un gran número de usuarios remotos. Jason Acuña*, fundador y CTO de Outer Space Coders, una empresa de tecnología centrada en el desarrollo web y móvil, afirma que “además de adoptar

contraseñas seguras y únicas, que de ser posible sean de un solo uso, un modelo de seguridad como Zero Trust, cada vez más popular, es una excelente manera de fortalecer el sistema de seguridad de las empresas”.

4. Seguridad de los dispositivos: Los dispositivos portátiles como laptops, teléfonos inteligentes, tablets y unidades USB, pueden ser un gran riesgo si no se usan de manera adecuada. Por esto, y como resalta Rodrigo Urrego, CMO & Co-founder de MedicApp, aplicación que aprovecha el modelo de economía colaborativa en el sector de la salud, “es necesario asegurarse de mantener la autenticación biométrica, el bloqueo remoto y el borrado de datos en caso de ser necesario, además de comprobar con regularidad las actualizaciones y copias de seguridad”.

El cambio al entorno de trabajo híbrido es un hecho y más allá de configurarse como un modelo temporal, deben adoptarse estrategias de seguridad alineadas con los futuros planes de negocio de las pymes. De esta manera, implementar nuevas tecnologías no solo será útil en este momento sino a largo plazo.

Ciberseguridad en Colombia: ¿Cómo enfrentarse a las amenazas informáticas en la industria 4.0?

De acuerdo a Hitachi Energy, con el avance de la digitalización y la mayor conectividad de los equipos, mayor es la exposición a ciberataques. Ante ello recomiendan implementar políticas sólidas de autenticación de usuarios y de la educación del personal respecto a riesgos en el uso de dispositivos conectados a una red industrial y corporativa

La ciberseguridad se ha convertido en una realidad que traspasa fronteras. Colombia no es la excepción, en lo corrido del año la Policía Nacional ha reportado en el país 38.308 delitos informáticos, lo que ha llevado a las empresas a reforzar sus sistemas para evitar ser víctimas de los delincuentes cibernéticos.

Según una encuesta realizada por la compañía Kaspersky, el crecimiento en ciberataques en la región impactó a todos los países de Latinoamérica, en Colombia, por ejemplo, suceden 87 casos por minuto, que la ubican en un quinto lugar en la región (11,09%).

Entre las amenazas más comunes que las empresas enfrentan, se encuentran los riesgos a accesos no autorizados, cuyo objetivo es dar de baja desde sistemas, secuestro de información a cambio de pagos (ransomware) hasta ciberespionaje con fines de beneficio económico. Otra técnica que también es muy utilizada es la ingeniería social, una amenaza proveniente de un cracker que intenta obtener

informaciones de los activos de la compañía (contraseñas, sistemas operativos, tipos de computadores, etc.) acercándose a los empleados de la empresa.

En esa línea, las empresas que apuestan por activos tecnológicos en sus procesos productivos deberían estar preparadas para enfrentarse a estas situaciones, ya que pese a que muchas de ellas se han fortalecido con planes de defensa junto con conocimiento profundo de las redes y protocolos de comunicación, los riesgos de ciberataques están en constante evolución y las empresas deben estar a la vanguardia para enfrentarla adecuadamente.

"En cuanto la digitalización avanza y los equipos están más conectados, mayor es la exposición de información porque el volumen de datos se incrementa con la tecnología de la industria 4.0, generando la necesidad de aumentar la inversión para la mejora de la infraestructura informática", sostuvo Julio Oliveira, gerente de tecnología de Hitachi Energy.

Desafíos para la industria

De cara a las nuevas tendencias y evolución constante de nuevos riesgos, José Beas, Gerente de Marketing Automatización de Redes para Sur América de Hitachi Energy, recomienda a las compañías aumentar la dotación de personal calificado en esta materia en las organizaciones, fortalecer las políticas de ciberseguridad y educar constantemente a todo el personal respecto a los riesgos en el uso de dispositivos conectados a una red industrial y corporativa.

Para ello, Hitachi Energy desarrolla productos de servicio no invasivos que incluyen consultoría, capacitación en concientización, evaluación, normativas internacionales como la IEC 62443 y mitigaciones recomendadas. Las mitigaciones de seguridad incluyen la

segmentación de la red, el fortalecimiento del sistema y la administración de parches.

Cabe señalar que Hitachi Energy es parte del equipo en el programa Cyber Testing for Resilient Industrial Control System (CyTRICS) de la Oficina de Ciberseguridad, Seguridad Energética y Respuesta a Emergencias (CESER) del Departamento de Energía (DOE) de EE.UU., con el objetivo de identificar componentes digitales de alta prioridad que prevalecen en los sistemas de control industrial, realizar pruebas de expertos, compartir información sobre las vulnerabilidades de la ciberseguridad en la cadena de suministro digital e informar las mejoras en el diseño y la fabricación de componentes.

Paula Pimiento
paula.pimiento@agorapublicaffairs.com



¿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/>

Desigualdad social no es la causa de la falta de movilidad social: nueva propuesta de analistas latinoamericanos

- “¿Subir o caer de la escalera? Movilidad social en Latinoamérica”, nuevo libro co-elaborado por seis autores de diferentes países de América Latina, editado por Archbridge Institute y LID Editorial
- Expertos de Argentina, Chile, Uruguay y Venezuela analizan el contexto de sus propias economías para explicar el fenómeno de la movilidad social en la región.

Analistas de Uruguay, Argentina, Chile y Venezuela convocados por el reconocido centro de pensamiento Archbridge Institute de Washington (USA), explican las causas y consecuencias de que en sus países, y en los que los rodean, la movilidad social ascendente sea tan difícil de lograr.

Este es el planteamiento del nuevo libro “¿Subir o caer de la escalera? Movilidad social en Latinoamérica”, editado por Archbridge Institute y LID Editorial.

La movilidad social se refiere a los cambios que experimentan los individuos en su posición dentro de la estructura socioeconómica. La promoción de la movilidad social es importante por razones de justicia, de eficiencia y de cohesión social.

El planteamiento principal de los autores del libro, a lo largo de cinco capítulos, es que la movilidad social ascendente se puede lograr en un ambiente adecuado, tanto institucional como económico, lo cual

permite progresar y salir de la pobreza. En la medida que se multipliquen las oportunidades, mayor es la probabilidad de que haya una movilidad social ascendente.

Contrario a lo que otros estudiosos plantean, en este texto se concluye que la desigualdad social no es la causa a la cual debe estar ligada la falta de movilidad social ascendente, y que insistir en luchar contra esta desigualdad implica no entender la raíz del problema.

Los autores que participan en este libro son Iván Cachanosky, de la Fundación Libertad y Progreso de Argentina; María Paz Arzola, de Libertad y Desarrollo de Chile; Agustín Iturralde y Leonardo Altmann, del Centro de Estudios para el Desarrollo de Uruguay; y finalmente, Felipe Benites Campos, de Cedice de Venezuela. Gonzalo Schwarz, funge como editor y compilador desde el Archbridge Institute de Washington.

“Las barreras a la movilidad social relacionadas con los límites al emprendimiento, la corrupción, falta de

Estado de derecho o educación de baja calidad pueden sobrellevarlas las clases media y alta con más facilidad que la clase baja. Las personas de mayores recursos pueden sufragar el elevado costo de abrir y operar sus empresas; tienen más poder cuando es necesario enfrentar la corrupción...

En el ámbito de la seguridad, las personas con mayores recursos pueden mudarse de casa o contratar seguridad privada. En cuanto a la educación, con recursos es posible inscribir a sus hijos en colegios privados o enviarlos al exterior. En cambio, los más vulnerables no tienen esas oportunidades.

Por todo esto, cabe preguntarse: ¿cuál es el problema aquí, los que tienen más o las barreras y problemas estructurales que no se están enfrentando?", con esta pregunta Gonzalo Schwarz, de Archbridge Institute de Washington, introduce el tema en el libro.

Por lo tanto, para los analistas, con el fin de favorecer una movilidad ascendente y sostenida en los países latinoamericanos no sólo es importante el tamaño del gasto público destinado a materias como salud y educación, sino la calidad de los servicios provistos en virtud de este, así como también su efectividad cuando llega a los grupos más desfavorecidos.

"No se trata solo de dinero, también de corregir los incentivos institucionales e individuales en un entorno presupuestario estable", resaltan los autores, y por ello los objetivos de los gobiernos deberían ser optimizar la calidad del gasto público y reducir la burocracia estatal, mejorando los mecanismos de evaluación y seguimiento de los programas en curso.

Este nuevo libro puede ser adquirido en formato digital en todas las plataformas IOS y Android de Latinoamérica.

Paula Pimiento

paula.pimiento@agorapublicaffairs.com



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.

El papel de la Ciberseguridad en la productividad empresarial

En 1903, cuando fue interceptada la primera transmisión del telégrafo inalámbrico, surgió el primer hacker de la historia. Desde ese momento empezó a ser necesaria la ciberseguridad y, más de un siglo después, se ha convertido en una herramienta invaluable para custodiar y proteger el bien más valioso de las empresas y particulares: la información.

Sin embargo, a medida que crece la tecnología, se incrementan también las amenazas, las cuales a nivel empresarial pueden llegar a afectar toda la cadena de vida, impactando la productividad, los procesos administrativos y hasta operativos. Pensando en cómo ayudar a las empresas a tener una ciberseguridad efectiva, eficiente y continua, Johnson Controls presenta cuatro recomendaciones que deben tenerse en cuenta:

La continuidad del negocio es una prioridad. Uno de los principales daños que puede ocasionar un ataque cibernético a nivel empresarial es la interrupción en la cadena de procesos y de producción. Estos sucesos se traducen en pérdida de dinero para la compañía y además afectan su competitividad en el mercado, poniendo en riesgo la operación a mediano y largo plazo.

“Por eso, cada día toman mayor importancia las Tecnologías de Operación, que están directamente vinculadas a la eficiencia de las funciones críticas, así como a la disponibilidad del sistema, al enfocarse en garantizar un continuo e ininterrumpido funcionamiento de los procesos”, comenta Linnete Velez-Mcknight, Senior Global

Product Marketing and Cyber Experience Leader - Cyber Solutions en Johnson Controls.

Es importante contar con un proveedor que ofrezca un equipo permanente de respuesta a incidentes y que ayude a tender puentes entre las Tecnologías de Información y las Tecnologías de Operación.

La ciberseguridad debe ser personalizada. De la misma manera que las amenazas cambian con cada víctima potencial, así mismo debe actuar la ciberseguridad.

Muchos de los procesos al interior de cada empresa son únicos, por eso tienen necesidades específicas. Allí cobra gran importancia la inteligencia de amenazas, que permite identificar cuáles son esas vulnerabilidades potenciales y puntos críticos en donde se pueden llegar a recibir ataques. Es fundamental ofrecer una alternativa que incluya productos diseñados para que ofrezcan soporte de inteligencia de amenazas.

Escoger correctamente el proveedor de ciberseguridad. Lo primero que deben tener en cuenta las empresas a la hora de escoger un proveedor, es que tenga la

capacidad de ofrecerle productos y servicios que sean realmente eficientes, profesionales y personalizables. Si la empresa tiene que adaptar su estructura laboral a un modelo de ciberseguridad preestablecido, se pueden poner en riesgo procesos clave y afectar la dinámica productiva.

Hoy más que nunca, los proveedores deben ser capaces de ayudar al cliente a alcanzar sus objetivos y de brindarle el conocimiento del que carece, a la vez que brindan servicios y productos enfocados en hacer más eficiente la ciberseguridad.

La ciberseguridad compete a todos. Lejos están los tiempos en que los temas de ciberseguridad eran tratados de manera aislada por un pequeño grupo de ingenieros. Hoy en día, es claro que la protección contra las ciberamenazas es una responsabilidad compartida, involucrando de manera transversal a las distintas áreas, sean TI o no, extendiendo incluso su campo

de acción hacia proveedores y clientes. De esta manera, se podrá garantizar un sistema más seguro.

Finalmente, no solo es necesario tener el conocimiento formal de las soluciones que pueden ayudar a evitar cualquier incidente, también es importante que las empresas estén a la cabeza en materia del conocimiento de las distintas normativas que rigen la ciberseguridad, como conocer las políticas internas, las directrices y las normas existentes. Todo esto permitirá diseñar una estructura más robusta y eficiente.

De estas recomendaciones se desprenden dos claras conclusiones: en 2022, como nunca antes, las prácticas de desarrollo seguras darán lugar a diseños de productos más resistentes a la ciberdelincuencia y la educación en ciberseguridad permitirá a los clientes abordar los riesgos cibernéticos de una forma mucho más pragmática que en el pasado.



Escuela Superior del Servicio

Bayport se consolida en Colombia con nueva capitalización

La firma cumple 10 años de operación en el país en los que ha brindado oportunidades de financiamiento a personas de más de 31 ciudades del país.

Con una capitalización de 10 millones dólares Bayport celebró su décimo aniversario en el mercado financiero colombiano, recursos que serán invertidos, entre otras cosas, en fortalecimiento de la infraestructura, nuevos desarrollos tecnológicos y digitalización de la compañía.

“Cada vez los temas tecnológicos tienen mayor relevancia en nuestro mercado. La agilidad y confiabilidad de las operaciones es vital de cara a los clientes, ya que estos buscan cada vez opciones más rápidas y sencillas.. Es acá donde tecnologías como la Inteligencia artificial, reconocimiento automatizado de documentos, biometría y ‘blockchain’ toman más importancia”, comentó Lilian Perea, CEO de Bayport Colombia.

Además, agrega que la capitalización deja a la compañía en una posición fuerte de patrimonio sobre activos, “lo cual ayuda a mantener las puertas abiertas para la obtención de nuevos fondeos internacionales”. Bayport cuenta hoy en día con 17 sucursales en 15 ciudades del país.

La firma, que ha entregado más de 2,8 billones de pesos en créditos desde su llegada al país, tomó la decisión de traer los nuevos recursos debido a la confianza que tiene en Colombia y la importancia que tiene Latinoamérica para el grupo, dado que la operación de México también será capitalizada.

En la última década, Bayport ha entregado alternativas fáciles y seguras de crédito a personas de 31 ciudades del país, con el objetivo de que puedan progresar y alcanzar sus metas.

Los montos entregados por Bayport a sus clientes han sido destinados principalmente para inversiones en agricultura, arrendo de vivienda, atender calamidades domésticas, compra de vivienda, educación, electrodomésticos, entretenimiento, financiación y creación de empresas, entre otros.

“Durante este tiempo hemos dado apoyo a pensionados y servidores públicos a nivel nacional, que por su situación o calificación de riesgo no son público objetivo del sector bancario tradicional. Les hemos dado una segunda oportunidad y, en muchos casos, ayudado a mejorar su ‘score’ crediticio para acceder a futuro a financiación por medio de este sector, indicó Perea.

En ese sentido, la directiva recalcó que el análisis de datos y conocimiento a fondo de los clientes también van a ser un bastión de su desarrollo de cara al futuro. “Fortalecer nuestra agenda digital es también clave para los próximos años, abriendo cada vez más pagadurías para procesos de auto originación 100% virtual La transformación digital de la compañía y de nuestros procesos nos va a ayudar a convertirnos en la compañía que soñamos ser”, precisó.

Finalmente, Bayport espera cerrar un 2021 exitoso, recuperando el efecto que dejó la pandemia del coronavirus en 2020 y manteniendo a Colombia como la operación más grande de la firma a nivel mundial. “Continuaremos siendo la compañía líder en libranzas no bancarias a nivel nacional, brindando un excelente servicio al cliente, con desembolsos por encima de 150.000 Millones de pesos”, puntualizó Perea.

Tuberías en el hogar: ¿qué se debe tener en cuenta al momento de comprar y remodelar?

- *Pavco Wavin entrega recomendaciones que se deben tener con las tuberías en el hogar.*
- *Así mismo, la compañía destaca los beneficios de tener tuberías de PVC en los hogares.*

La pandemia generó varios cambios en los comportamientos de los consumidores y uno de estos fue el interés en realizar adecuaciones de las viviendas, así lo evidencia el estudio de 'Oferta y Demanda de Vivienda y No Habitacionales', realizado por Camacol B&C, en el que el 40,7% de los hogares encuestados que compró vivienda en Bogotá durante el último año invirtió en ellas en remodelaciones.

En este contexto, es clave tener en cuenta diferentes aspectos cuando se compra vivienda, se realizan adecuaciones y uso correcto que se le deben dar a las tuberías, para esto Pavco Wavin entrega algunos consejos clave:

- **Solicitar los certificados de calidad de los materiales.** Cuando se compra la vivienda es importante solicitar estos, ya que permite identificar los materiales con los que fue construida, este aspecto es tan importante como la garantía de los electrodomésticos del hogar.
- **Tuberías confiables y que cumplan con la normativa.** Otro de los aspectos

que el propietario de un inmueble debe tener claro para evitar problemas a futuro con las tuberías de su hogar, es que estas sean confiables, y no solo en términos de marca, sino que también cumplan con la normativa exigida por los entes reguladores.

- **Tener precaución a la hora de remodelar.** En diferentes ocasiones la tubería se puede ver afectada en los trabajos de remodelación o instalación de algún tipo de artículo en las paredes que requiera taladrar, esta acción podría romper el tubo sino se hace de la manera adecuada.
- **Dar un uso adecuado de las tuberías de desagüe.** Para evitar taponamientos, lo ideal es no quitar las rejillas que vienen con los lavaplatos ni los tapones en el caso de los lavamanos. Se deben limpiar periódicamente con agua caliente y detergente desengrasante. Evitar que a través de estos espacios ingresen hacia la tubería residuos de comida o cualquier otra clase de objetos.

¿Cuáles son los beneficios de tener tuberías en PVC en los hogares?

Las tuberías de policloruro de vinilo (PVC) son utilizadas en instalaciones del hogar para transportar agua fría para consumo humano a presión, agua caliente, agua servida y residual, así como aguas lluvia y ventilación. Pavco Wavin menciona cuáles son los beneficios de contar con tuberías PVC en los proyectos hidrosanitarios:

- **Fácil de usar:** el sistema de unión de las tuberías de PVC y CPVC consiste en conexiones soldadas, un sistema de unión por medio de soldadura líquida, que ofrece máxima resistencia en un mínimo de tiempo y requiere tan solo de una segueta para hacer los cortes.
- **Resistencia a la corrosión interna:** las tuberías de PVC y CPVC resisten el ataque químico de la mayoría de los ácidos, álcalis, sales y compuestos orgánicos, eliminando las desventajas de las tuberías metálicas en el mismo tipo de proyectos.

- **Superficie interior lisa:** en los sistemas de agua a presión, la superficie interior lisa reduce considerablemente las pérdidas de presión y las paredes lisas de los desagües de PVC, facilitan el flujo de los desechos, y, por lo tanto, reduce el riesgo de atascamiento.
- **Bajo costo:** es una de las tuberías con menor costo en el mercado, además de poseer una vida útil estimada bastante alta, disminuyendo así los costos por reemplazo, por ejemplo, las tuberías PVC y CPVC de presión Pavco Wavin tiene una vida útil no menor a 50 años.

“Para que estos beneficios se cumplan es importante seleccionar una marca con alta calidad en sus procesos, además de observar si cuentan con la certificación requerida”, puntualizó Orlando Polo Castro, gerente de servicio técnico de Pavco Wavin.

conexiones

COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS ■ RELACIONES PÚBLICAS

Escueladelservicio.com

Colombia, entre los países que lideran el crecimiento PropTech en Latam

- PropTech, término que fusiona Property + technology, se refiere a aquellas empresas dentro del sector inmobiliario que utilizan la tecnología para mejorar la forma en la que ofrecen sus servicios y facilitarles la vida a sus usuarios.
- De acuerdo a Shirlhey Sánchez, CEO y Co-fundadora de Colombia PropTech, "Colombia es uno de los países líderes y referentes de la región en crecimiento y consolidación de startups que impactan positivamente el sector inmobiliario. El país, con más de 85 proptech, cuenta con una de las mayores incursiones de este tipo de compañías en Latinoamérica junto a Brasil y México".
- Habi, una empresa 100% colombiana para que las personas puedan vender su vivienda en 10 días*, y que ya ha traspasado fronteras llegando a México, es una de las PropTech de mayor crecimiento y relevancia en Colombia.



Shirlhey Sánchez, CEO y Co-fundadora de Colombia PropTech

A sí como la mayoría de los sectores en el mundo, el de propiedad raíz también se inclina hacia la

virtualidad. Precisamente las PropTech, término que fusiona Property + technology, se refiere a aquellas empresas dentro del sector inmobiliario que utilizan la tecnología para mejorar la forma en la que ofrecen sus servicios y así facilitarles la vida a sus usuarios.

De acuerdo con Shirlhey Sánchez, CEO y Co-fundadora de Colombia PropTech, "Colombia es uno de los países líderes y referentes de la región en crecimiento y consolidación de startups que impactan positivamente el sector inmobiliario.

El país, con más de 85 proptech, cuenta con una de las mayores incursiones de este tipo de compañías en Latinoamérica junto a Brasil y México".

El gran objetivo de las PropTech en el sector inmobiliario es hacer más rápido y eficaz todo lo que tiene que ver con compra, venta y alquiler de inmuebles. "Un

gran porcentaje de estas empresas manejan tendencias tecnológicas como visualización a través de realidad virtual y aumentada, blockchain en gestión y seguridad documental, CRM, plataformas de manejo de ventas, arriendos y financiamiento, entre otros, buscando optimizar los procesos de la industria a través de la tecnología”, precisó Sánchez.

Así mismo, con el uso del Big Data, para los usuarios de estas compañías es más fácil identificar tendencias del sector, encontrar exactamente lo que buscan e identificar las zonas con mayor rentabilidad para comprar.

Estas empresas se han destacado en el mercado nacional y han logrado tener importantes inversiones en sus rondas de financiación.

Justamente Habi, una empresa 100% colombiana para que las personas puedan vender su vivienda en 10 días*, y que ya ha traspasado fronteras llegando a México, es una de las PropTech de mayor crecimiento en Colombia, y de las primeras empresas en hacer uso de la tecnología en el sector inmobiliario para mejorar y automatizar procesos de venta y compra de inmuebles.

En junio 2021, Habi logró recaudar 100 millones de dólares en su ronda de financiación de serie B, lo que representa la mayor serie B para una startup con sede en Colombia

Juan Sebastián Sokoloff, Vicepresidente de Data y Analítica en Habi afirma que, “las empresas de *Proptech* tienen mucho potencial y la coyuntura de salud mundial ha acelerado su crecimiento. La necesidad y el deseo de las personas de realizar los negocios en el menor tiempo y con el menor contacto, hace que la demanda por tecnología en el sector inmobiliario se incremente, y que la propuesta de valor de este tipo de empresas en Colombia sea más valiosa para las personas”.

Otras *proptech* también han logrado inyecciones de hasta 100 millones de dólares en una sola ronda de inversión, que incluyen personajes tan reconocidos como Jeff Bezos, demostrando la confianza de propios y extranjeros en este tipo de empresas.

En este sentido, Shirlhey Sánchez agregó que, el impacto de la pandemia, “llevó al sector a un acelerado proceso de cambio y transformación en el ciclo comercial, en el constructivo, el administrativo, así como la tecnología aplicada a la vida diaria en el hogar y las oficinas”, lo que permitió el auge de estas empresas.

De esta manera, y gracias al desarrollo de estas innovadoras ideas de negocios, poner apartamentos en venta, comprar casas, conectar vecinos, diseñar planos, calcular precios de vivienda y mucho más en Colombia, ahora solo tarda lo que dura un clic.

Contraseñas en camino a la extinción

Imagine que es octubre de 2050 y que un grupo de estudiantes está visitando una muestra en un museo. De repente, un alumno pregunta a su profesor "¿qué es eso?" mientras apunta a una extraña combinación de letras, símbolos y números. "Oh, eso es una contraseña. Tus padres las utilizaban para acceder a sus dispositivos y aplicaciones. Desde entonces se han extinguido", responde el profesor.



Por Alfredo Taborga, Data Protection Solutions Sales Manager for Andean, Mexico & NOLA en Dell Technologies

¿Contraseñas extinguidas? ¿Cómo hemos llegado a eso? La respuesta es sencilla: por la biometría y los certificados digitales.

El reto de las contraseñas

No nos adelantemos demasiado. En su lugar, volvamos al año 2021.

El exceso de contraseñas es una molestia, por no hablar de la creación y el recuerdo de contraseñas seguras que cumplan requisitos específicos. Según el Biometric Usage Study de Dell Technologies, crear, recordar y cambiar regularmente las contraseñas es considerado "una molestia" para el 62% de los trabajadores en Estados Unidos. Otro estudio de Dell, Brain on Tech, descubrió que cuando a los usuarios de todo el mundo se les presentaba una contraseña larga y difícil para acceder bajo presión de tiempo a un computador, su estrés aumentaba un 31% en cinco segundos... Y seguía aumentando incluso después de que los usuarios iniciaran la sesión con éxito.

Estos resultados refuerzan que, para la mayoría de nosotros, una buena higiene de las contraseñas no es una prioridad: es, en cambio, una molestia. Tanto si se reutiliza la misma contraseña repetidamente, como si se utilizan contraseñas débiles o se escriben en una nota adhesiva, muchos de nosotros hacemos exactamente lo que nos han dicho que no hagamos.

Preocupantemente, estos comportamientos no están reservados sólo a los adultos que trabajan. Un reciente estudio del National Institute for Standards and Technology, del Departamento de Comercio de Estados Unidos, exploró lo que saben los estudiantes sobre las contraseñas y cómo las utilizan. Los resultados mostraron que los alumnos de primaria aprenden y comprenden las mejores prácticas en materia de contraseñas, pero siguen mostrando un comportamiento deficiente a la hora de ejecutarlas. Una vez que los niños entran en la adolescencia, muchos empiezan a compartir las contraseñas para crear amistades y confianza.

Entonces, si la mayoría de la gente entiende la importancia de una buena higiene de contraseñas, pero nadie se siente obligado a practicarla, ¿a dónde vamos?

La biometría

La idea de utilizar la biometría para identificar a un individuo tiene siglos de antigüedad. Hay pruebas de que las huellas dactilares se utilizaban como marca de una persona ya en el año 500 a.C. y que la tecnología biométrica existía desde varias décadas antes.

Sin embargo, no fue hasta principios de la década de 2000 cuando esta tecnología empezó a aparecer realmente en los dispositivos de uso común y, hoy en día, la mayoría de nosotros está familiarizado con el uso de la biometría para desbloquear dispositivos y aplicaciones. Lo que parecía una novedad hace unos años, mirar el

smartphone para desbloquearlo, se ha convertido en algo habitual.

A medida que la biometría siga ganando popularidad como forma cómoda y segura de reconocimiento automático del usuario, la contraseña tradicional será mucho menos atractiva para los consumidores y las empresas. Además, cada vez hay mayores avances en la tecnología de sensores y el uso de algoritmos de coincidencia basados en la IA. Esto mejora la experiencia de usuario e incrementa la seguridad.

Los lectores de huellas dactilares y el reconocimiento facial ya están disponibles en los principales ordenadores portátiles de las empresas y se utilizan como parte de una solución de autenticación multifactor, lo que ofrece a los usuarios formas más seguras de acceder a sus dispositivos, aplicaciones y datos que las contraseñas, que son fáciles de comprometer.

De hecho, el citado Biometric Usage Study descubrió que, en las empresas estadounidenses con disponibilidad de computadores con seguridad biométrica, alrededor del 80% de los empleados afirman utilizar la función y el 64% dicen que la utilizarían si se les ofrecieran. Y eso no es sólo por comodidad: los trabajadores también creen que esas funciones podrían ayudar a mantener seguros los datos de la empresa. Esto, a su vez, aumenta la confianza de los administradores de TI en que los dispositivos y usuarios de su red son auténticos.

Seguramente se estará preguntando ¿por qué el uso de la biometría es más seguro que las contraseñas?

Las contraseñas son una cadena de caracteres que son validados por un sitio web o servicio para permitir el acceso de un usuario. Las contraseñas fuertes están diseñadas para ser difíciles de adivinar o replicar, pero incluso las más complejas pueden ser robadas o comprometidas. Para asegurar las identidades de los usuarios cada vez se requiere más el uso de la autenticación multifactorial para el acceso de los usuarios.

La biometría desempeña un papel fundamental en la autenticación multifactorial, ya que de los tres factores posibles de autenticación es la más difícil de replicar. Estos factores son: algo que se sabe (la contraseña o el PIN), algo que se tiene (el dispositivo o el token de seguridad) y algo que se es (la huella dactilar o el rostro). Conectar la autenticación con la coincidencia biométrica de un usuario crea el escenario más difícil de duplicar para un ciberdelincuente. Una vez realizada la autenticación local, se libera un certificado digital seguro al sitio web o servicio para la autorización del usuario.

Sumado a la buena disposición de las personas a adoptar la biométrica en sus equipos de trabajo, existe una oportunidad real para que esta tecnología siga aumentando, especialmente a medida que la generación Z se incorpore a la fuerza laboral. Estos nativos digitales han crecido acostumbrados a utilizar lectores de huellas

dactilares o reconocimiento facial en sus smartphones y probablemente no se lo pensarían dos veces a la hora de utilizar la misma tecnología en sus computadores y otros dispositivos.

Es hora de que las organizaciones reevalúen la forma en que manejan la seguridad en los dispositivos de trabajo y consideren la incorporación de la biometría para su próximo ciclo de renovación de PC.

Hasta entonces

Todavía nos queda un camino por recorrer hasta que las contraseñas queden obsoletas y se conviertan en una exposición de museo, pero mientras tanto hay formas sencillas de mantener nuestros datos a salvo sin que las contraseñas aumenten nuestros niveles de estrés:

- Utilice un gestor de contraseñas para crear contraseñas seguras y almacenarlas en un lugar seguro.
- Aproveche la autenticación multifactor, así como los certificados digitales para la verificación de la identidad y la comunicación segura.

La tecnología se va a integrar cada vez más en nuestra vida cotidiana, lo que constituye una mina de oro para los ciberdelincuentes. Mientras miramos hacia un futuro sin contraseñas, depende de cada uno de nosotros hacer nuestra parte y ser #CyberSmart

. ¿Qué es el ransomware y cómo funciona este ataque cibernético?

En los últimos días, se ha hablado sobre ataques cibernéticos en algunas entidades que han sido víctima de ciberdelincuentes, hackeando los servidores por medio de un ataque conocido como ransomware, que secuestra la información y el ejecutor pide rescate. Según la Fiscalía General de la Nación, entre enero y mayo de 2021 se registraron 20.502 noticias criminales en el ecosistema de ciberseguridad.

Frente a esta situación, Felipe Gómez Jaramillo, Director de Seguridad, Data Center y experto de Lumen Technologies explica que, el ransomware surgió como la amenaza predominante a la seguridad online para los usuarios residenciales y las pequeñas empresas. Sin embargo, los grupos de hackers también vieron oportunidades en las grandes organizaciones. Y así, hoy en día, el ransomware se ha convertido en un gran desafío para las empresas de cualquier envergadura y de las más diversas actividades.

Este tipo de malware, que se envía a través de emails no deseados o de phishing, que engañan a los usuarios para que hagan clic en links maliciosos, secuestra y bloquea archivos o sistemas, evitando que el usuario acceda a ellos. *“El ransomware es un secuestrador. Utiliza la encriptación, manteniendo archivos y sistemas como rehenes. En teoría, cuando la víctima paga el monto del rescate, recibe la clave de descryptación, liberando los archivos o sistemas bloqueados”* dijo Gómez.



Felipe Gómez Jaramillo,
Director de Seguridad,
Data Center de Lumen Technologies

En un informe de la empresa de antivirus Kaspersky, se menciona que, entre 2019 y 2020, la cantidad de empresas que sufrieron una tentativa de ataque de ransomware dirigido aumentó un 767%. Cuanto más grande es la empresa, más crece la cantidad de intentos de ataque, ya

que esta operación es sofisticada y además solicitan el pago de un monto mayor para el rescate.

¿Quién realiza los ataques de ransomware?

Según el experto, estos ataques no son perpetrados por bandas delictivas. El ecosistema actual del ransomware se profesionalizó y está conformado por muchos grupos, cada uno especializado en una función determinada.

Hay quienes trabajan con el desarrollo de código malicioso, están los dueños de redes de robots (botmasters) que automatizan el proceso de infección, hay grupos que venden el acceso a las redes corporativas, e incluso están los operadores de ransomware. Y entre cada uno de ellos se prestan servicios mutuamente. Afirma Gómez.

Existen varios tipos de ransomware, pero el más popular y utilizado hasta la fecha es WannaCry. Representa el 16% de las detecciones realizadas en 2020 y es responsable de la mayor epidemia de ransomware, ocurrida en mayo de 2017, que provocó una pérdida de al menos 4.000 millones de dólares en 150 países, según el informe de Kaspersky.

De esta manera, el director entrega algunos consejos para protegerse de los ataques de ransomware:

"Hay algunas prácticas para evitar ser la próxima víctima. Les son de utilidad tanto a usuarios aislados, como a las pequeñas empresas e incluso a las corporaciones.

Compilamos algunas acciones básicas que ayudan a bloquear estos ataques" dice Gómez.

Haga un backup diario de sus datos: es el consejo más básico, si bien figura dentro de los más importantes. Si los datos, aplicaciones y servicios de sus clientes fueran encriptados y secuestrados, usted al menos tiene el seguro con el backup del día anterior, minimizando en gran medida el daño y con una rápida capacidad de recuperación para poner la operación en marcha nuevamente. *"Para las empresas de mayor envergadura, existen también varias opciones basadas en la nube para realizar el backup automático de sus datos en un servidor externo. Adicionalmente, estará protegido en caso de un desastre físico, como un incendio o una inundación" explicó.*

Esté atento a los emails de phishing: una de las mejores tácticas es el conocimiento. Capacitar a sus colaboradores sobre los últimos métodos de ingeniería social utilizados para inducir a las personas a hacer clic en links y adjuntos maliciosos, es una forma de hacerlo. *"Simplemente enviando comunicaciones periódicas sobre las estrategias y términos como: spam, malware, spear-phishing, etc. – ayudará a los colaboradores a estar más atentos a la identificación de intentos de phishing, que a menudo parecen provenir de una fuente confiable, como un amigo, un colega de trabajo o su tienda online favorita" comenta el directivo.*

Mantenga sus software actualizados: otra técnica usada por los autores de

ransomware consiste en explotar vulnerabilidades en las aplicaciones de software y de sistemas operativos populares, principalmente Windows. Si el departamento de TI mantiene las aplicaciones actualizadas de manera regular, minimizará su exposición a potenciales ataques. Mejor aún, cerciorarse que todas las aplicaciones que se puedan configurar para actualizarse automáticamente tengan esta función habilitada.

Mantenga separados los datos y archivos personales de los del trabajo: con tantas personas trabajando desde sus hogares, puede resultar difícil separar el trabajo de su vida personal, aunque mantener esos dos mundos separados puede ayudar

mucho a proteger sus datos o minimizar el impacto de un ataque.

“si fuera víctima de un ataque de ransomware, desconecte inmediatamente su red de computadoras. Si bien el daño ya está hecho, esto puede ayudar a evitar que el malware se propague a otros sistemas o dispositivos” recomienda el experto.

Lumen cuenta con soluciones customizadas para la seguridad de los datos y de las aplicaciones. Las soluciones de Seguridad de Lumen, por ejemplo, ayudan a su equipo de TI a hacer más con menos, al automatizar su seguridad integrada en la red para neutralizar las amenazas antes de que causen daños y antes de tener que dedicarles el día entero. Conozca más sobre esta solución accediendo a nuestro sitio.

¿Sabe usted cómo el mercadeo relacional potencializa a las empresas?

19 de mayo en Medellín - Colombia

Evento presencial para resolver retos empresariales de mercadeo relacional
Proponga sus retos en escueladegerentes@une.net.co y reciba más información.

Invita **CECORP**

Mercadeo: el arte de fascinar

La gerencia y el mercadeo son dos metodologías para contribuir a la felicidad de las personas. No obstante, se debe tener consciencia de su aplicación y buscar, en lo posible, una mayor rigurosidad científica y disciplina, dos cosas de las cuales muchos carecemos.



Por: G.M. Wilson

Presidente de Cecorp

Cecorp.com.co

Aunque ya estoy siendo demasiado reiterativo con el tema, el año pasado me reuní con un grupo de comunicadores y mi primera pregunta fue si comprendían la diferencia entre “push” y “pull”, que me voy a tomar el atrevimiento primario y procaz de traducirlos como “empujar” y “atraer”. Se trata de la diferencia entre “vender” y que te “compren”. Fueron muy rápidos en contestar que la comprendían, sin embargo, una lectura de sus acciones – obras son amores – me dio a entender que no era cierto. Cuando quienes estamos en

mercadeo conocemos el “pull” se produce un efecto pasional y ya no queremos hacer las cosas de otra manera.

Siendo lo difícil que es “empujar”, es la metodología más utilizada en nuestro entorno.

De acuerdo a nuestras capacidades empresariales y a nuestra hipótesis de mercado, desarrollamos un inventario de producto o portafolio de servicios, disponemos de una infraestructura operacional, un sistema de comunicaciones e, imprescindiblemente, una fuerza de ventas. Esta es vital, pues se necesita quien “meta” el producto o servicio en el mercado.

Si esta fuerza de ventas está mal entrenada o mal dimensionada, será mayor la cantidad de dinero que se perderá. De todas maneras, “presionar la venta” es costoso y los resultados, regularmente, son pobres.

Las estrategias de “pull” son más complejas, etéreas y difíciles de entender para quienes no están realmente formados en mercadeo, pues se práctica en un escenario al cual llamamos “batalla por la mente” y son la base metodológica para el Marketing Relacional, el Marketing

Conductual, el Branding y las Relaciones Públicas.

Se inicia también con nuestras capacidades empresariales e hipótesis de mercado, en el cual determinamos un “buyer of solutions” o solución anhelada por el cliente, determinamos un Ávatar Persona, o perfil psicográfico más el demográfico; en estos, nos enfocamos en los factores aspiracionales, los motivadores de compra, su lenguaje de comunicación, su cultura de compras, su cultura de consumo, su frecuencia de compras y consumo, su gestión del territorio, su inmersión cultural y su capacidad económica.

Con todos estos datos construimos una oferta de productos y servicios que le genere valor a este perfil de cliente específico, construimos una comunicación que hable su lenguaje, que conecte su psico-biología y que sea oportuna, creamos comunidades de interés y disponemos de una estructura de servicio que complazca ese anhelo del cliente. Es un proceso de enamoramiento en el cual el secreto es

volverse “altamente atractivo” partiendo de lo que ese otro “desea” y a lo que no se podrá resistir.

La problemática de las estrategias de “pull” o como me gusta llamarlas: “el arte de fascinar al cliente” es que requieren de conocimiento y de paciencia, requieren de cuerpos directivos que las comprendan; requieren de niveles superlativos de comunicación estratégica conductual y que las dinámicas de prestación del servicio sean de alta calidad.

No con esto estoy menospreciando las tácticas de “push” pues son las más utilizadas en nuestro país, aunque desde mi perspectiva pertenecen al siglo pasado. Las grandes compañías del mundo, hoy en día, aplican las metodologías “pull”, por eso construyen marcas de culto. Una estrategia de mercadeo sabrá cuando utilizar cada una, con la claridad de que no es un tema de disponibilidad de presupuesto, es un tema de conocimiento y de capacidad estratégica llevados a la práctica y no quedarnos en el mero discurso.



**Escuela
Superior
del Servicio**

Modelamiento comercial: Un enfoque Estratégico.

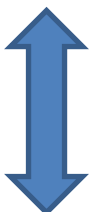
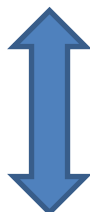
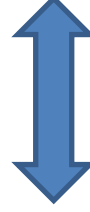
Múltiples empresas a nivel nacional e Internacional están en el proceso de transición de la Venta Transaccional (Enfocada en el Producto, la cuota mensual y el corto plazo) a la Venta Relacional (Enfocada en crear relaciones sustentables, rentables y de largo plazo con el Cliente).



Carlos Ariel Valencia Uribe
Estratega Corporativo
Director General Real Mercadeo
Docente Universitario
UAM, U.EAFIT, U.CES,
U. EL ROSARIO, UPB, EIA

El Modelamiento Comercial brinda un esquema ESTRATEGICO que lo lleva a obtener resultados positivos para el cliente y para la empresa

1. EL MODELAMIENTO COMERCIAL consta de 5 pasos:

Decisiones de gestión de ventas	Gente y cultura	Actuación del equipo	Resultados para el cliente	Resultados para la empresa (1)
				
Estrategias y herramientas	Personas	Procesos	Lealtad y servicios	Utilidades (2)

(1).Fuente: Andris Zoltners.

(2). Adaptación: Carlos Ariel Valencia Uribe

1.1 DECISIONES EN LA GESTIÓN PARA CREAR UN EQUIPO DE VENTAS RELACIONAL:

Para la toma de decisiones de Gestión de Ventas es necesario hacerse cuestionamientos que ayuden a plantear ideas concretas:

- Existe inversión en la investigación de mercados que me apoye en el conocimiento del cliente?
- Se tiene una estrategia claramente definida con el equipo de venta?
- Se conoce el tamaño del equipo y concentración del negocio requeridos?
- Hay una estructura orientada al cliente?
- Se está entregando la información necesaria para llegar al cliente objetivo?
- Se están entregando las herramientas correctas?
- Se conocen los costos? Se conoce la rentabilidad por Cliente?

1.2 GENTE Y CULTURA:

Para crear un equipo de venta de alto desempeño es necesario dar respuesta a las siguientes preguntas: El equipo tiene....

- Conocimiento del producto?
- Conocimiento del cliente?
- Habilidades para establecer RELACIONES?
- Un aprovechamiento eficiente del tiempo?
- Motivación y auto aprendizaje?

1.3 ACTUACION DEL EQUIPO DE VENTA:

El equipo de venta necesita profundizar en los siguientes cuestionamientos de tal forma que pueda hacerse cargo del procedimiento necesario para atraer y retener clientes:

- Cuáles son los clientes que desea encontrar? ¿Conocemos los clientes objetivo?)
- Se está comprendiendo al cliente, sus necesidades y deseos?
- Cuáles son las prioridades y valores de compra de nuestros Clientes?

1.4 RESULTADOS PARA EL CLIENTE:

- Brindamos reales soluciones para nuestros clientes?
- Están satisfechos?
- Generamos lealtad en nuestros clientes?
- Tenemos encanto del cliente, hay un mercadeo de experiencias?
- Se generan relaciones sustentables, rentables y de largo plazo?

1.5 RESULTADOS PARA LA EMPRESA:

Para que los resultados para la empresa sean óptimos es necesario tener claro la respuesta a los siguientes cuestionamientos:

- Se está contribuyendo a las ventas?
- Se está contribuyendo a la utilidad?
- Está aumentando la participación en el mercado?
- Está aumentando la participación en el cliente?

Para las empresas que han iniciado el recorrido hacia la Venta Relacional espero que esta herramienta de MODELAMIENTO COMERCIAL les sea de gran ayuda, para quienes aún no han iniciado la invitación a dar el primer paso.

Productos, canales, marca y personas: Los grandes aceleradores comerciales hoy

El alcance de una empresa está determinado por 4 elementos fundamentales: producto, canales, marca y personas. Definidos dentro del contexto de un segmento minuciosamente delimitado y rentable.

Producto: Ya un producto no es como nos enseñaron: “cualquier cosa que pueda ofrecerse a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que pueda satisfacer un deseo o necesidad”. Ahora la competencia no se da entre lo que las compañías producen sino en lo que le añaden al producto mediante el servicio, la imagen, la asesoría, el financiamiento, en otras palabras, el valor agregado.

Los clientes ya no compran un producto genérico, eligen un producto porque hay valores agregados que van más allá de los competidores y esos valores agregados son los que les ayudan a determinar a quién comprar, cuánto pagar y su lealtad o inconstancia.

Canales y distribución: La selección y el manejo de un canal de distribución es uno de los aspectos más críticos del marketing

estratégico. En la actualidad, para seleccionar y diseñar un canal de distribución se necesita un conocimiento profundo del cliente y su comportamiento de compra, una muy acertada segmentación del mercado y un reconocimiento cabal de los puntos fuertes y débiles de la competencia.

La tecnología virtual, las alianzas estratégicas, el multicanal y la distribución de arquitectura abierta (donde utilizo mi red de distribución para vender los productos de mis competidores directos), están cambiando la forma en que llevo los productos al cliente.

Marca: Antes entendíamos la marca solo como la publicidad y la promoción, ahora entendemos que la marca es la que le da el verdadero valor al producto. En palabras de Juan Pablo Valencia, Director de Rojo Anteojo: “El producto es lo terrenal y la marca es lo sublime”.

Redes de colaboración y ecosistemas de negocio: Nuevos modelos empresariales

El nuevo pensamiento sobre la estrategia viene con todo un léxico de nuevas palabras:

Redes de colaboración y ecosistemas de negocio son dos de ellas que toman fuerza. Estas se basan en crear redes de relaciones con clientes, proveedores e incluso competidores para crecer y ganar una mayor sostenibilidad.

En esta nueva normalidad, las prácticas empresariales poco convencionales son las

que comienzan a producir resultados sin precedentes en un puñado de organizaciones pioneras.

Hoy las estrategias que se comparten en estos ecosistemas de negocio son:

- Direccionamientos Estratégicos que trazan el norte.
- Equipos de Alto nivel y desempeño
- Desarrollo Organizacional orientado al liderazgo
- Mapas de Mercadeo Inteligentes.
- Reinención del Modelo Comercial.
- Productos con sentido para el cliente.
- Múltiples Canales de atención y servicio.
- Modelos colaborativos en todo sentido.
- Procesos ágiles, audaces y simples.
- Data Inteligente.
- Modelos de Pricing eficientes y Arquitectura de la Utilidad.

- Autopistas de Sostenibilidad Corporativa (ASC)

Compañías exitosas le atinan a 4 ó 5 temas concretos de los arriba mencionados y luego liberan su estrategia.

Como plantea Horacio Marchand reconocido Consultor Latinoamericano "Estrategia es renuncia. Cuando todo es importante, nada es Importante"

En conclusión, un líder provee la disciplina que mantiene la estrategia como posición sostenible en el tiempo y la nueva estrategia de Redes de Colaboración y ecosistemas de negocio es prioritaria en la nueva economía y llega para quedarse.

Carlos Ariel Valencia Uribe

Móvil 3174297707

Mail: carlos.valencia@realmercadeo.com



**Escuela
Superior
del Servicio**

El escritor

Iván Darío Muñoz Uribe

unirlandesyunmason@gmail.com

Este hombre ya ha escrito y publicado algunos libros, pero, ¿está satisfecho con lo que ha logrado hasta el momento?

Podría decirse que sí; pero él sabe que la satisfacción es algo efímero, más aún cuando se trata del largo camino de construcción de una obra literaria, un camino que seguirá transitando hasta el momento en que la muerte lo sorprenda.

Sale a pasear, piensa en lo que es el lenguaje literario, concluye que tal expresión es inasible, quizás es algo subjetivo, no sabe nadie lo que eso es en términos absolutos, lo único que él sí sabe, es que el lenguaje literario es algo que está a una distancia sideral de la palabrería de cualquier periodista o cronista de periódico, sabe que no son cosas comparables por más que el vulgo se atreva a hacerlo.

Este hombre recuerda, primero con rabia y luego irónicamente, el momento en que una señora ridícula le preguntó, al enterarse de que era escritor, en cuál periódico escribía.

Es domingo por la mañana, el escritor camina por la Avenida El Poblado de la ciudad de Medellín, la ciclovía le gusta, el sol brilla y hace un poco de calor; no quiere



oír música, por lo menos su propia música, la que a él le gusta. Lo que sí le resulta inevitable, es oír esporádicamente a los músicos callejeros que, en diferentes tramos de la ruta, interpretan con sus instrumentos canciones populares de diferentes géneros, también oye obligadamente las estridentes y vulgares canciones que las indígenas hacen sonar en grandes parlantes, mientras bailotean con sus hijas esperando una limosna, o el ruido discotequero de los jóvenes saltimbanquis venezolanos, que se instalan en el semáforo vecino al parque.

La mente del escritor vuelve a lo suyo, a sus divagaciones, a sus ideas y obsesiones. ¿Se puede escribir sobre cualquier tema? Claro que sí, lo importante es hacerlo elevando el espíritu, usando el mencionado lenguaje literario, haciendo el mayor esfuerzo,

corrigiendo, leyendo una y otra vez hasta quedar exhausto, entregando de manera casi deletérea toda la energía vital. ¿Es tal vez una cuestión de honor?

Sin duda lo es, quien escribe literariamente se bate a duelo consigo mismo, no se perdona flaquezas, no lleva una vida muelle, no acepta la molicie, no se da un trato regalado; este hombre piensa que hay que sufrir lo justo cuando se escribe.

A veces le han dicho que algunos de sus relatos no son verosímiles, a lo cual ha respondido que él sólo escribe ficciones, que no es un escritor de novelas históricas.

Luego ha reforzado su opinión diciendo que cada libro es dueño de su propia realidad, y que cuando escribe no lo hace para lectores que busquen el error o la incoherencia; lo que él pretende es que los lectores se sitúen en la acción, y más que ubicarlos en un específico lugar geográfico, lo que él pretende es situarlos en la escena, en lo que hacen y dicen los personajes.

Un día, un lector amigo suyo, le habló de un episodio de una de sus novelas, que se desarrolla en una gran y cosmopolita ciudad, entonces este hombre quiso saber si había situado a su lector allí donde sus personajes estaban combatiendo, el otro le respondió que no, porque no era muy descriptiva la obra y él también conocía esa ciudad.

El escritor concluyó que su amigo no sabía leer, porque el lector comprometido no se preocupa, por ejemplo, de saber cómo es la habitación o la cama donde

angustiosamente se desintegra el señor Valdemar, de Poe, por el contrario, lo que le interesa es ver la mancha y hasta sentir el olor nauseabundo que queda sobre la sábana, después de que se ha extinguido porque lo sacaron de su hipnosis estando en artículo mortis.

El escritor se detiene un momento, compra un jugo de naranja que bebe ávidamente, sigue luego con su camino y sus reflexiones, analiza si los libros deben enseñar algo necesariamente, no lo cree, no se considera un maestro, aunque sí sabe que casi todos los buenos libros, tarde o temprano, se internan en la eterna lucha entre el bien y el mal, de lo cual siempre se desprenden algunas enseñanzas o moralejas.

Pero, eso de proteger a los de abajo no es tarea fácil, pues, en un mundo lleno de ambición y egoísmo, cada cual debe procurar su propia protección, su supervivencia. Otro conflicto se presenta en su mente cuando contempla el tema de la verdad, ¿qué es la verdad? Definitivamente es algo que no siempre es demostrable, no hay un juez inmaterial e infalible que dicte sentencia al respecto, además, los canallas siempre andan difundiendo bulos para manipular la opinión pública.

Escribir, qué doloroso placer, hacerlo como misión, incluso como condena autoinfligida. Cuánto daría por ser simple y auténtico como un animal, piensa este hombre, tener la elegancia de un caballo o la animosidad de un perro, recrearse en la esencia, no buscar nada más, no tener

anhelos. Los animales cortejan, pero no se casan, ellos no piensan en dejar huellas de su existencia, simplemente existen. Piensa en su esposa, la quiere, es uno de sus apegos en la vida.

Vuelve a concentrarse en los libros, recuerda además a su amigo el médico, se conocen desde la temprana juventud, fueron compañeros de clase.

El médico le compra sus libros y, lo que es más valioso aún, los lee. Siempre que hablan le pregunta si está escribiendo algo. Recuerda que una noche en la que bebieron mucho ron, hablaron de algunas experiencias que el doctor había tenido ejerciendo su profesión, luego quedaron de conversar más acerca del tema, para que el escritor pudiera usar esas anécdotas en una novela.

Este hombre se pregunta cuál es el futuro de la literatura, incluso duda que la actividad tenga futuro, al fin y al cabo se dice que los jóvenes ya no leen, pero, ¿qué me importan los jóvenes? ¿Qué tengo yo que ver con su educación?

Que se defiendan los maestros en esas lides, que hagan su trabajo, pero que lo lleven a cabo sin afectar con ideas de odio y resentimiento las mentes en desarrollo.

Una cosa es la ficción y otra la mentira, piensa el escritor, luego se reconforta recordando que nunca ha difundido falacias, nunca ha sido un sofista ni nada parecido. Caminar es bueno para recuperar la tranquilidad o para, en el mejor de los casos, no perderla, eso concluye el escritor

cuando ya anda de regreso, cuando ha emprendido la ruta en dirección contraria. Con estrés es más difícil escribir, no es imposible, pero sí requiere redoblar esfuerzos, la mente no está del todo clara ni libre cuando al ser humano lo atormenta alguna preocupación.

Al escribir sobre lo que a mí me gustaría leer, corro menos riesgo de aburrir a mis lectores, sigue pensando el escritor. Quiero que mis libros entretengan, que hagan pasar un buen rato a quienes los lean.

Los libros están llenos de detalles y, ¿qué es realmente un detalle? El escritor está convencido de que un detalle literario es aquello que uno no olvida después de leer un libro; entonces sonríe recordando algunas de esas cosas inolvidables: la calle vacía por la que caminaba Harry Haller cuando vio un aviso luminoso en una tapia, anunciando un teatro mágico que era sólo para locos.

El galopar imparable del centauro Quirón, quien educó a un pueblo de héroes y a todos aquellos que crearon el mundo de los poetas, tal como Fausto le dice cuando lo deja subir a su lomo.

El silencio espantoso del príncipe Mishkine, el idiota, y del asesino Rogochín, frente al cadáver de Nastasia Filipovna, con su pequeño pie al descubierto. Los imanes gigantescos que el gitano Melquiades le vendió al patriarca José Arcadio Buendía. Jean Valjean llevando a cuestas a Mario a través de las alcantarillas de París.

La prótesis de marfil de cachalote que usa el capitán Ahab en la pierna que le ha arrancado Moby Dick. Doña Perfecta y la emboscada que prepara, donde muere su propio sobrino. Los esqueletos entrelazados de Quasimodo y La Esmeralda.

El mortal golpe de espada que Hamlet le propina a Polonio, por estar espiando detrás de una cortina su conversación con su propia madre, la casquivana. Sancho Panza diciendo que la pretendida princesa Micomicona no es tal, y que la ha visto hociéndole con un hombre de la venta. Ana Karenina siendo arrollada por el tren. Cuántas cosas impresionantes hay en los libros, simples detalles, sigue pensando el escritor. De eso se trata, de impresionar, de provocar sensaciones, de que la gente viva los libros, ése es el logro buscado, el objetivo.

Este hombre sabe que no está buscando una idea, eso está superado, con su amigo el médico ya ha decidido la idea principal, sólo le falta obtener más anécdotas provenientes del doctor. A veces las ideas llegan por cualquier canal de comunicación, en otros casos es necesario salir a buscarlas, así es todo, las posibilidades son variopintas, aleatorias, azarosas. ¿Por qué se ha inmortalizado Nicolasito Pertusato? ¿Es más notorio haber servido en la corte del imperio español, o estar retratado como uno de los personajes del cuadro Las Meninas, de Velásquez? El arte busca la belleza, por eso es más importante que cualquier desempeño áulico o político. El escritor sonríe, luego vuelve a pensar en el

entrañable Nicolasito Pertusato. El espíritu alado de la idea literaria vuelve a rondarlo, sabe que su personaje, su protagonista será un joven doctor ejerciendo en un barrio peligroso y una época crítica de la ciudad de Medellín.

La aparición de los númenes, aquellos condicionamientos que salen de la nada, esos finales que parecen dictados por alguien externo al escritor, es algo que un lego en la materia jamás podría entender. A veces me hago el bobo, dejo que esos númenes lleven el timón; pero de pronto me les insubordino y dejo de escribir, me tomo el tiempo para reanudar a mi manera; todo eso piensa este hombre cuando camina cuesta arriba y muy cansado, hacia su casa. No hay ánimo para escribir todos los días, no puedo trabajar como lo hacía Cela, según sus propias palabras.

¿Es más importante la fábula que los personajes? La profundidad psicológica es sin duda una muestra de genialidad, sin embargo, se corre el riesgo de caer en la vanidad y la arrogancia, en el alarde de inteligencia y erudición. A mí me gusta más una historia bien construida, ingeniosa y entretenida, piensa el escritor.

Luego reconoce internamente que a él se le da mejor relatar sus ficciones que construir verdaderos personajes, al final sigue convencido de que la fábula debe devorar a los personajes y no al contrario. Este hombre piensa que, casi siempre, al escribir un cuento corto ya está todo decidido de principio a fin, en cambio, las novelas son pequeños universos aleatorios, inexorablemente se desligan de su

propósito inicial, se construyen ellas mismas a lo largo de la obra, son finalmente definidas al arbitrio de los númenes.

El escritor llega a su casa, ha sudado mucho, quitarse los tenis es un acto apremiante que procura luego descanso. Paradojas de la vida, sentir temblor en las piernas y agradecerlo, así es el ejercicio físico.

La grata recompensa de oír bajo la ducha una hermosa canción, el ayer, ese pasado reciente que ya ha escapado para siempre, la nostalgia, el momento efímero, en resumen, la vida. Un amor perdido, quizás una nueva esperanza. Aplauso prolongado, piensa, voy a escucharla una vez más.

Que los libros sean organismos vivos, no ser cobarde, superar la incapacidad y afrontar el peligro, tarde o temprano el

estilo propio será reconocido. La lucha entre los idealistas y los realistas, finalmente, si uno se ha decidido por el imperio de la fábula, debe ser idealista. Se trata de arte y no de otra cosa. Lo que no puede faltar es el amor y la pasión por la propia obra, sentir la savia del arte dentro del árbol interior, sentir ese verdor no tiene nada que ver con el dinero, es algo invaluable, es el llamado del universo, es lo cosmoteándrico, es la misión que se cumple sin necesidad de aplausos y fama.

El escritor cae rendido sobre su sofá, cuerpo y mente han trabajado mucho esa mañana, el sol lo ha calentado agradablemente y ha quemado un poco su piel, enciende el televisor, mira un programa de historia, poco a poco se va durmiendo, sabe que merece un momentáneo reposo.

FIN



**Escuela
Superior
del Servicio**