

Transformando el plan de capacitación

Dell Technologies anuncia soluciones integradas de TI
Elegir la tecnología a conciencia permite mejorar el medioambiente y la productividad
La multilatina Olivia se expande en la región
Carlos Restrepo Echavarría, un Ceo Social que Construye Sociedad y Territorio
7 ventajas de asociarse a una cooperativa
Lo dice LaSalle: No censure los alimentos "desnudos"
Lo dice LUIS SOCCONINI
Lo dice Santiago Plaza - Selección de personal

AMLO, dejemos de ser tibios

Señor Andrés Manuel López Obrador, tenía la esperanza de que su gobierno fuese realmente diferente más orientado a la humanidad que a las politiquerías que pululan en el mundo. Usted comprenderá que estamos sometidos a sofismas políticos y económicos que van más allá de un deber ser ético y que corresponden a intereses particulares y corporativos. No obstante ha demostrado ser uno más. No sólo las acciones que está acometiendo como gobierno finalmente se han convertido en más de lo mismo, sino que con sus posiciones tibias y pusilánimes logran sembrar desesperanza en la población. Es necesario que empecemos a entender varias cosas.

Para que subsista un modelo social de derecho con base en el comunismo, el Estado debe ser un experto capitalista. Ya se habrá dado cuenta de que los programas de intervención y desarrollo social son costosos y que vía impuestos sólo se ahondará el déficit fiscal, mientras que en el mundo existen compañías que producen más capital que la suma del producto interno bruto de varios países. Y le garantizo que no es vía comodities como el petróleo. La creación de empresas innovadoras y tecnológicas es una opción para crear riqueza que puede generar rápidamente impacto social. Lo que nos lleva al siguiente punto.

Los problemas como la delincuencia y narcotráfico no se combaten con policía. Se combaten con condiciones dignas y sostenibles de vida. Cuando las comunidades encuentran soluciones a sus problemas básicos, el hambre y la desesperanza no los arrojan a la delincuencia. Muchos problemas sociales se solucionan por sustracción de materia. Si hay oportunidad real para los jóvenes no optarán por la delincuencia. Es una cuestión de humanidad. Como también es exasperante su posición frente a Venezuela. Las fronteras y los sistemas económicos son creaciones ficticias. Lo realmente importante es el ser humano y su derecho a la vida. En ese sentido el tema de la autodeterminación de las naciones no puede estar por encima de la vida. Si la vida está en peligro, debemos intervenir y en Venezuela la vida está en peligro por un dictador llamado Maduro.

Tengo mucha fe de que usted siendo el hombre inteligente que es, reaccione. No le estoy pidiendo que se alinee con nadie. Le estoy pidiendo que sea un presidente diferente y ponga la vida por encima de los intereses. No es el momento de amilanarse frente a las estupideces de Trump, ni frente a la violencia de los narcos, ni frente a aquello que atente contra la vida y la dignidad en todo el mundo. No es hora de ser tibios.

G. M. Wilson
Director



Mireya Bernal Mayorga

Editora

Producción:

Consejogerencial.com

Revista académica de formación de la Alta Gerencia. - Una publicación para el mundo empresarial dirigida a quienes se suscriban por internet.

Las opiniones expresadas son responsabilidad de sus autores.



Dell Technologies anuncia soluciones integradas de TI corporativas y una suite de infraestructura para la nube híbrida

- La solución Dell Unified Workspace simplifica la gestión de los equipos en todo el ciclo de vida de los dispositivos, mientras proporciona a los usuarios de la red corporativa una experiencia personalizada y lista para el uso.
- Las soluciones Dell Technologies Cloud combinan una serie de características avanzadas para simplificar la administración de las infraestructuras de nube híbrida.
- La empresa también anuncia novedades Programa de Socios de Dell Technologies, que incluyen nuevas certificaciones, programas de oportunidades para los socios de negocios.

3

Dell Technologies dio inicio al Dell Technologies World, el principal evento que la compañía realiza anualmente en Las Vegas, donde muestra a los asistentes las últimas novedades en su amplio portafolio de productos, servicios y soluciones. Durante este primer día tres fueron los grandes protagonistas: el Dell Technologies Cloud, el Dell Technologies Unified Workspace y el programa de Socios Dell Technologies.

Dichos anuncios reflejan el esfuerzo que está realizando la compañía en distintas áreas de negocio que buscan en su totalidad mejorar la experiencia de los clientes, consumidores y partners.

Nube híbrida para mayor facilidad. Dell Technologies da a conocer Dell Technologies Cloud, un nuevo conjunto de soluciones de infraestructura de nube para facilitar la implementación y la administración de los ambientes de nube híbrida. Dell Technologies Cloud, que combina la potencia de la infraestructura de Dell EMC y VMware, elimina la complejidad de la nube, ya que

ofrece una infraestructura y operaciones coherentes para los recursos de TI en nubes públicas y privadas y el edge, independientemente de su ubicación.

“Para muchas organizaciones, el panorama cada vez más diverso de la nube provoca una enorme complejidad de TI y nadie está más calificado o es más capaz de ayudar a los clientes a solucionar este desafío que Dell Technologies”, afirmó Michael Dell, presidente y director ejecutivo de Dell Technologies. “La nube no es un destino; es un modelo operativo. Con Dell Technologies Cloud y la ingeniería conjunta de Dell EMC y VMware, ofrecemos una experiencia unificada en la nube híbrida. Esto brinda una infraestructura y operaciones coherentes en cada ubicación donde reside la nube, desde los centros de datos en las instalaciones hasta las nubes públicas y el edge emergente, lo que permite a los clientes tener un mayor control de su viaje por varias nubes”.

Unified Workspace. A medida que el concepto del futuro del trabajo se vuelve

realidad para las organizaciones en todo el mundo, los empleados demandan flexibilidad para trabajar, colaborar e innovar en cualquier momento y lugar y como ellos lo deseen. Las empresas deben ofrecer este tipo de entorno para atraer nuevos talentos y mantener a sus empleados actuales comprometidos, productivos y seguros con dispositivos personalizados para sus necesidades. Aún así, a menudo, los departamentos de TI no pueden enfocarse en iniciativas transformadoras para la experiencia de los empleados, ya que pasan la mayoría de su tiempo envueltos en tareas sobre la administración del negocio, como las solicitudes del área de soporte y de implementación de PC, la supervisión y la solución de problemas.

Ante esta realidad, otra de las novedades presentadas durante este primer día del Dell Technologies World es el Unified Workspace, un sistema que simplifica todo el ciclo de vida del dispositivo para TI mientras proporciona a los trabajadores una experiencia personalizada, sin inconvenientes y lista para enfrentar los trabajos necesarios.

Este enfoque visionario hacia la informática del usuario final dará a los trabajadores una experiencia libre de frustraciones y lista para trabajar y, al mismo tiempo, facilitará a TI soluciones inteligentes, abiertas y automatizadas para una administración unificada. Dell Technologies Unified Workspace revolucionará el modo en que los administradores de TI ayudan y facilitan a sus usuarios finales la implementación, la seguridad, la administración, el soporte y la selección de dispositivos mediante soluciones y servicios escalables que se integran con cualquier entorno de los clientes,

independientemente del sistema operativo, el dispositivo y el entorno de nube.

“Imaginen una solución inteligente que les informe qué dispositivos y aplicaciones específicos necesita su fuerza laboral en función de su uso específico. Imaginen que, luego, entrega esos dispositivos personalizados directamente al usuario final, preconfigurados y precargados con todas las aplicaciones y funciones de seguridad que necesitan sin que TI toque el dispositivo. Ahora, imaginen que la misma solución que ayuda al usuario final de manera preventiva resuelve problemas diarios de TI como restablecimientos de contraseñas, acceso a aplicaciones y conexiones de VPN perdidas”, explicó Jeff Clarke, vicepresidente de Productos y Operaciones de Dell Technologies. “Así es Dell Technologies Unified Workspace, la solución más competitiva del sector para ayudar a TI a implementar, proteger, administrar y dar soporte de manera virtual a todos los dispositivos desde la nube¹”.

Dell Technologies Unified Workspace ayuda a hacer realidad la transformación de la fuerza laboral de los clientes al permitir a TI simplificar las tareas complejas y que consumen mucho tiempo pero son críticas con capacidades que brindan visibilidad, información y automatización. La plataforma integrada permite a los clientes comenzar donde necesiten más ayuda, ya sea en el proceso de selección o la implementación o, incluso, la seguridad o la administración, y, luego, avanzar a la siguiente prioridad hasta que tengan la experiencia completa de

¹ Basado en un análisis interno de Dell de los productos competitivos hasta febrero de 2019.

Unified Workspace para facultar a TI y potenciar a los trabajadores.

Socios más cerca de Dell Technologies.

Finalmente, otro de los grandes anuncios del día fue la evolución del programa para socios de Dell EMC, que ahora se conoce como el programa para socios de Dell Technologies. Mediante este programa, Dell Technologies ofrece a sus socios una planificación e inversión en las habilidades, las competencias de soluciones y los conocimientos necesarios para ayudar a los clientes en las transformaciones de su empresa. El programa modernizado también ofrece una participación simplificada para que los socios realicen ventas cruzadas y adquieran productos y soluciones en toda la gama de Dell Technologies, así como sus programas para socios de negocios estratégicamente alineados.

"Nuestros socios nos pidieron que sea más fácil hacer negocios en toda nuestra cartera de Tecnologías de Dell, por lo que la convertimos en una prioridad", dijo Joyce Mullen, presidente de Global Channel, OEM and IOT Solutions. "Al proporcionarles a nuestros socios una hoja de ruta clara e invertir en capacitación y desarrollo, los socios obtendrán aún más negocios y harán crecer su negocio".

Bajo el Programa de Socios de Tecnologías de Dell, la compañía está anunciando además una nueva competencia en la nube que será compatible con la recientemente anunciada solución de nube de Tecnologías de Dell. La competencia estará compuesta por la insignia de la plataforma en la nube de Dell Technologies y algunas otras certificaciones, incluida la competencia de prestación de servicios en VxRail. Muchos de nuestros

socios obtuvieron esta competencia el año pasado, lo que significa que ya cuentan con las certificaciones de implementación fundamentales para acelerar esta nueva competencia en la nube. Los requisitos completos de certificación de competencia en la nube se anunciarán en el tercer trimestre.

Dell Technologies impulsa la transformación digital e innovación con nuevas soluciones de almacenamiento, y productos para la gestión y protección de datos

Las nuevas soluciones de Dell Technologies lanzadas en el Dell Technologies World están diseñadas pensando en facilitar el entorno laboral a sus usuarios

- La infraestructura de Dell Technologies sienta las bases para las tendencias tecnológicas más importantes y transformadoras de la actualidad.
- La infraestructura de Dell Technologies es la base de las tendencias tecnológicas más importantes y disruptivas de la actualidad, incluidas la inteligencia artificial y la nube, que están transformando la TI y las empresas en todo el mundo.
- La nueva gama de PC móviles Dell Latitude completamente rediseñadas ayuda a los usuarios a comenzar a trabajar más rápido y mantenerse productivos por más tiempo

Soluciones para TI. Dell Technologies dio a conocer nuevas soluciones de infraestructura moderna para el panorama de TI, desde centros de datos del edge al core hasta nubes públicas y privadas. Estas últimas tecnologías pueden brindar la base que los

clientes necesitan para crear, procesar, transportar, almacenar, proteger y consumir datos, dondequiera que estos se encuentren.

“Esta es la época más emocionante que he visto en mis más de 30 años en tecnología”, afirmó Jeff Clarke, vicepresidente de Productos y Operaciones de Dell Technologies. “Es un mundo digital. El grado en el que las organizaciones aprovechen el poder de su capital de datos determinará quiénes serán los ganadores y los perdedores en la economía digital. El punto de nuestra gama de Dell Technologies, del edge al core a la nube, es ayudar a nuestros clientes a innovar, hacer frente a esos desafíos disruptivos y ganar”.

Soluciones de almacenamiento, gestión de datos y protección de datos. Otra de las grandes innovaciones del día fue la introducción de nuevos productos y actualizaciones importantes de las soluciones de almacenamiento, administración de datos y protección de datos que afectan de manera directa el capital de datos de una organización. Con estas nuevas soluciones, Dell Technologies está facultando a las empresas en su viaje de transformación digital para preservar la información esencial y volverse más adaptables, competitivas e innovadoras.

Jeff Clarke, vicepresidente de Productos y Operaciones de Dell Technologies, afirma: “La capacidad de una organización de aprovechar la potencia de su capital de datos determinará quiénes serán los ganadores y los perdedores en la economía digital. A fin de profundizar el valor de los activos de TI tradicionales y, al mismo tiempo, crear nuevas oportunidades y eficiencias, en la actualidad, muchas organizaciones están

buscando modernizar su infraestructura de TI como un paso fundamental para volverse más digitales. Y están recurriendo a Dell Technologies y nuestra gama líder del sector de productos, soluciones y servicios para que las ayudemos a lograrlo”.

Dell Latitude. Las computadoras móviles en definitiva siguen innovando. En este caso Dell Technologies presentó la 10ma generación de PC comercial Latitude, que es más atractiva, más compacta y más fácil de transportar en cualquier momento y a cualquier lugar. Esta portátil fue rediseñada por completo para satisfacer las necesidades de la fuerza de trabajo en evolución. La nueva gama de PC empresariales móviles Dell está diseñada teniendo en cuenta a los departamentos de TI y su objetivo es que los usuarios empresariales sean productivos más rápido y se mantengan así durante más tiempo, independientemente de cuándo, dónde o cómo trabajen.

Las nuevas Latitude, con una integración sólida de hardware y software que transforma el modo en que los departamentos de TI implementan sus dispositivos, los administran, los protegen y les dan soporte, incluyen un grupo de opciones de tecnología Express. ExpressCharge proporciona una carga de la batería del 80% en tan solo una hora, mientras que ExpressCharge Boost carga hasta el 35% en apenas 15 minutos. Los sistemas selectos también incluyen el innovador Express Connect de Dell, que detecta de manera inteligente el Wi-Fi más potente y se conecta a él a una velocidad de rendimiento de hasta un 40% mayor que la de una antena convencional, lo cual da como resultado menos conexiones caídas, transferencias de archivos más confiables y

sincronizaciones de correo electrónico más rápidas.

Una investigación reciente de Ipsos realizada en nombre de Dell² concluyó que los adultos que trabajan a tiempo completo consideran que las funciones de seguridad integradas son uno de los tres factores más importantes al escoger una PC de trabajo. De hecho, casi el 80% considera que contar con funciones de seguridad integradas en su PC de trabajo ayuda a mantener los datos empresariales a salvo.

Para abordar estas preocupaciones, las notebooks agregan nuevas capas de seguridad de nivel empresarial que evita a los usuarios la complicación de recordar contraseñas y ofrece un inicio de sesión seguro y ultrarrápido. Ahora, es posible equipar muchas de las nuevas Latitude con lectores de huellas digitales integrados en el botón de encendido y cámaras IR con Windows Hello para una autenticación biométrica más confiable. También es posible equipar muchos sistemas con Dell SafeScreen, nuevos obturadores de privacidad para cámaras y un lector de tarjeta inteligente con o sin contacto FIPS 201 con SafeID para proteger las credenciales de usuarios. Las laptops también admiten la utilidad SafeBIOS recientemente anunciada de Dell, que ofrece a los clientes visibilidad agregada de los cambios de BIOS mediante la verificación de la integridad del firmware de manera segura en la nube.

Con estas y otras soluciones presentadas durante el Dell Technologies World, la

empresa se mantiene innovando a nivel global, buscando darle a sus clientes finales y corporativos la mejor tecnología del mercado.

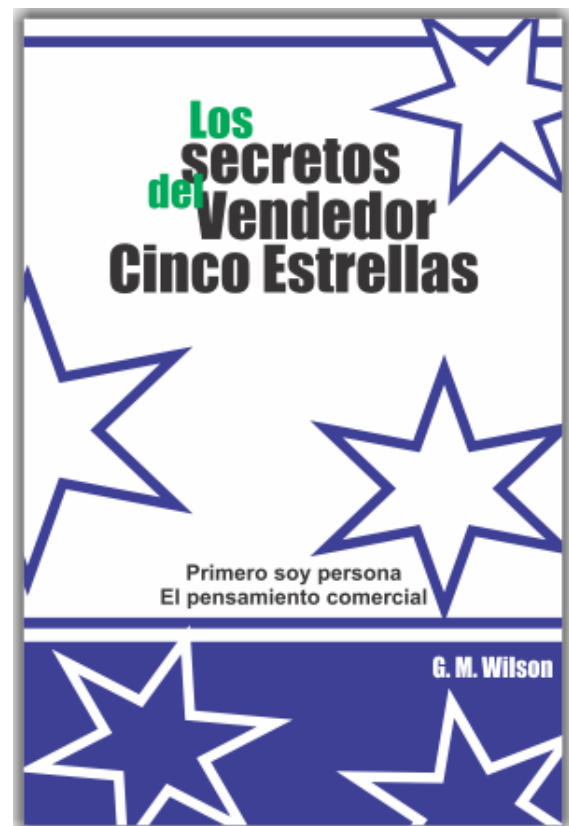
Acerca de Dell Technologies

[Dell Technologies](#) (NYSE:DELL) es una familia única de empresas que ayuda a las organizaciones y a las personas a construir su futuro digital y a transformar cómo trabajan y viven. La empresa proporciona a clientes la gama de servicios y tecnología más amplia e innovadora del sector, del edge al core y a la nube. La familia de Dell Technologies incluye [Dell](#), [Dell EMC](#), [Pivotal](#), [RSA](#), [Secureworks](#), [Virtustream](#) y [VMware](#).

Jenny Arias

jarias@mazalan.com

Mazalán Comunicaciones



Disponible en [EscueladelServicio.com](#)

² Estas son las conclusiones de una encuesta de Ipsos realizada entre el 22 y el 26 de marzo de 2019 en nombre de Dell. Para la encuesta, se entrevistó en línea y en inglés a una muestra de 1050 personas de al menos 18 años de EE. UU. continental, Alaska y Hawái. Para poder participar en la encuesta, los encuestados debían tener un empleo de tiempo completo.

Reciente investigación de Dell EMC revela que las compañías han incrementado el interés por la protección de datos en los negocios

La cantidad de negocios que no pudieron recuperar datos después de un incidente casi se duplicó desde 2016, según el índice Global Data Protection Index que encuestó a 2200 tomadores de decisiones de TI de 18 países

- En promedio, las organizaciones administraron 9,70 PB de datos en 2018, lo que representa un crecimiento explosivo del 569 % en comparación con los 1,45 PB administrados en 2016.
- En todo el mundo, el 92 % de los negocios ven el valor potencial de los datos, y el 36 % ya lo monetiza.
- Entre los encuestados, el 76 % experimentó una disrupción en los últimos 12 meses, y el 27 % experimentó una pérdida de datos irreparable, casi el doble que el 14 % de 2016.
- Más de un tercio (35 %) de los encuestados confía mucho en que su infraestructura de protección de datos cumple con las normativas vigentes, pero solo el 16 % cree que sus soluciones de protección de datos resolverán los retos futuros.
- Casi la mitad (45 %) de los encuestados tiene dificultades para encontrar soluciones de protección de datos adecuadas para tecnologías más nuevas, como la inteligencia artificial y el aprendizaje automático.

Dell EMC anuncia los resultados del tercer Global Data Protection Index, que revela una tasa de crecimiento explosivo de datos del 569 % y un salto impresionante en los “adoptantes” de la protección de datos de casi 50 puntos porcentuales desde 2016. La investigación, que encuestó a 2200 tomadores de decisiones de TI de organizaciones tanto públicas como privadas con más de 250 empleados en 18 países y 11 sectores, ofrece una mayor comprensión del estado de la protección de datos y la madurez de las estrategias de protección de datos.

Específicamente, el Índice reveló un aumento en la cantidad promedio de datos administrados; de 1,45 petabytes (PB) en 2016 a 9,70 PB en 2018, y una mayor concientización del valor de los datos. De hecho, el 92 % de los encuestados ven el valor potencial de los datos, y el 36 % ya monetiza sus datos.

Si bien este conocimiento es positivo, la mayoría de los encuestados tiene dificultades para proteger sus datos de manera adecuada. La combinación de estos factores impulsa muchas de las conclusiones de la encuesta.

Los incidentes de disrupción son costosos

El enorme volumen de datos y su importancia en las operaciones de negocios hacen que la protección de datos sea mucho más desafiante. Los incidentes de disrupción ocurren con frecuencia, pero lo más alarmante es la cantidad cada vez mayor de pérdidas irreversibles de datos. Más de tres cuartos (76 %) de los encuestados en todo el mundo experimentó algún tipo de disrupción en un período de 12 meses, y el 27 % no pudo recuperar datos con su solución de protección de datos actual; casi el doble de la cantidad (14 %) de 2016.

Casualmente, el 76 % de los encuestados en todo el mundo también utiliza, como mínimo, dos proveedores de protección de datos, lo que aumenta las probabilidades de experimentar algún tipo de disrupción durante el mismo período de 12 meses en un 35 % en comparación con quienes tienen un solo proveedor. El tiempo de inactividad del sistema no planificado fue el tipo más común de disrupción (43 %) para quienes usan dos o más proveedores, seguido por ataques de ransomware que evitaron el

acceso a los datos (32 %) y la pérdida de datos (29 %).

Si bien el tiempo de inactividad del sistema no planificado tiene mayor prevalencia, la pérdida de datos es mucho más costosa. Por ejemplo, quienes experimentaron un tiempo de inactividad sufrieron 20 horas de tiempo de inactividad en promedio en los últimos 12 meses, con un costo de \$526 845, mientras que aquellos que perdieron datos, perdieron 2,13 terabytes en promedio, con un costo de \$1 millón. Asimismo, muchos de quienes experimentaron una disrupción también indicaron que tuvo impactos de gran alcance en el negocio, desde la confianza de los clientes hasta el valor de marca y la productividad de los empleados, solo por nombrar algunos ejemplos.

No solo la cantidad de datos perdidos aumentan su precio, sino que también lo hace el valor de los datos en sí mismo. Está claro que las organizaciones lo reconocen, ya que el 81 % afirmó que toma más seriamente su protección de datos para las categorías de datos que tienen el mayor valor monetario.

Desafíos en torno a la protección de datos

Si bien aquellos calificados como “adoptantes” de la protección de datos dieron un salto de casi 50 puntos porcentuales (del 9 % en 2016 al 57 % en 2018) y los “líderes” aumentaron 10 puntos porcentuales (del 2 % en 2016 al 12 % en 2018), la mayoría de los negocios tienen dificultades para implementar una solución que se adecue debidamente a sus necesidades. La mayoría (95 %) de los encuestados afronta, como mínimo, un desafío en relación con la protección de datos. Los tres principales desafíos en todo el mundo incluyen los siguientes:

1. La complejidad de configurar y operar software/hardware de protección de datos y los costos cada vez mayores de almacenar y administrar copias de respaldo debido al rápido crecimiento de datos empataron en primer lugar, con el 46 %.

2. La falta de soluciones de protección de datos para las tecnologías emergentes ocupó el segundo lugar, con el 45 %.
3. Garantizar el cumplimiento de las normativas como GDPR calificó tercero, con el 41 %.

Entre quienes tienen dificultades para encontrar soluciones de protección de datos adecuadas para tecnologías más nuevas, más de la mitad (51 %) afirmó que no pudo encontrar soluciones de protección de datos adecuadas para los datos del aprendizaje automático y la inteligencia artificial, seguido por aplicaciones nativas en la nube (47 %) e IoT (40 %).

Los desafíos presentados por las tecnologías emergentes y el rápido crecimiento de datos recién están comenzando a tomar forma. Como tales, solo el 16 % cree que sus soluciones de protección de datos actuales podrán resolver todos los retos futuros para los negocios.

La nube está cambiando el panorama de la protección de datos

Según el índice Global Data Protection Index, el uso de la nube pública ha aumentado del 28 % del ambiente de TI total en las organizaciones de los encuestados en 2016 al 40 % en 2018, en promedio. Casi todas las organizaciones (98 %) que usan la nube pública también la aprovechan como parte de su infraestructura de protección de datos. Los principales casos de uso para la protección de datos dentro de la nube pública incluyen los siguientes:

1. Servicios de respaldo/instantánea para proteger cargas de trabajo, desarrollados en la nube pública con nuevas arquitecturas de aplicaciones (41 %).
2. Respaldo de cargas de trabajo/datos en las instalaciones (41 %).
3. Protección de aplicaciones SaaS (40 %).
4. Versiones para la nube de software de protección de datos en las instalaciones

para proteger las cargas de trabajo de la nube pública (40 %).

5. Servicios de respaldo/instantánea para proteger cargas de trabajo, desarrollados en la nube pública con arquitecturas de aplicaciones heredadas (38 %).

Al considerar soluciones para la protección de datos en un ambiente de nube pública, el universo de datos en crecimiento desempeña un papel especialmente importante, como lo indica el 64 % de los encuestados que afirmaron que las opciones de escalabilidad son importantes. Específicamente, el 41 % citó el impacto de la infraestructura de la protección de datos o los servicios necesarios para proteger en escala, mientras que el 40 % citó la capacidad de escalar servicios como cargas de trabajo de la nube pública.

La normativa es un catalizador inminente para la evolución

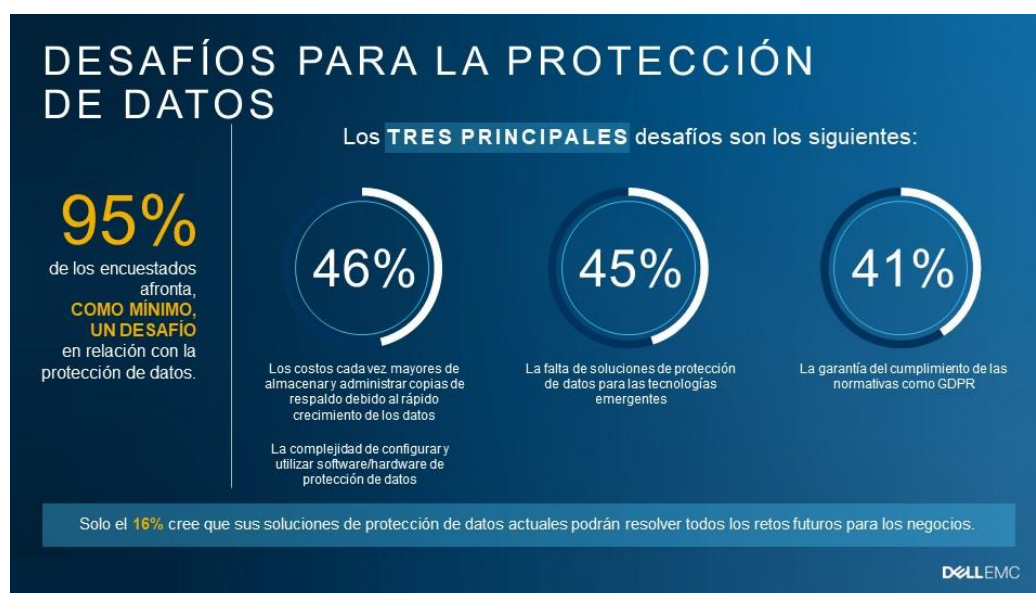
Las normativas sobre la privacidad de datos, como el Reglamento General de Protección de Datos (General Data Protection Regulation, GDPR) de la Unión Europea, son relativamente nuevas, y su verdadero impacto sobre el sector de datos aún no se ha medido. Sin embargo, se ha convertido rápidamente en un punto de

enfoque, ya que el 41 % de los encuestados mencionó el cumplimiento de normativas como uno de los tres principales desafíos de la protección de datos.

Asimismo, solo el 35 % expresó que confía mucho en que los procesos y la infraestructura de protección de datos actuales de su organización cumplen con las normativas regionales. Este sentimiento está empezando a traducirse en hechos, ya que el 12 % de los encuestados cuya organización experimentó una pérdida de datos o un tiempo de inactividad no planificado en los últimos 12 meses informó que pagó multas punitivas como resultado.

Citas complementarias

“Con frecuencia, las tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y la IoT, son el enfoque de la transformación digital de una organización, pero los datos que estas tecnologías generan son absolutamente fundamentales en su viaje de transformación”, afirmó Beth Phalen, presidente y gerente general de la división de protección de datos de Dell EMC. “El casi 50 % de crecimiento en los adoptantes de protección de datos y el hecho de que la mayoría de los negocios ahora reconozcan el valor de los datos prueban que estamos en un camino positivo para proteger y aprovechar los datos que impulsan el progreso humano”.





EPSON®
EXCEED YOUR VISION

**Elegir la tecnología a conciencia permite
mejorar el medioambiente y la
productividad**

*Por Diego Rosero, Country Manager para
Epson Colombia.*

11

Es cierto que todos los componentes del entorno empresarial tienen que esforzarse más. Estamos acostumbrados a cuestionar todos los costos en nuestras cuentas, y en los presupuestos de los departamentos, pero tenemos que asegurarnos de examinar también los costos ocultos.

Por supuesto, los niveles de productividad y todo el concepto de lo que significa para ser productivo varían de un país a otro. Sin embargo, donde sea que operemos el desafío clave consiste en aprovechar al máximo nuestro valioso tiempo. ¿Cómo podemos estar seguros de que todos nuestros compañeros de trabajo disponen de lo necesario para trabajar de la forma más eficaz posible? ¿Cuál es la mejor forma de tener en cuenta el impacto medioambiental y social de nuestra estrategia? ¿Y cómo contribuye todo esto a nuestro rendimiento?

No se trata de preguntas nuevas. El problema es que ya hemos aprovechado las oportunidades fáciles, las metas sencillas que nos ofrecen más tiempo en nuestro día empresarial, que reducen los costos operativos y nos hacen más ecológicos.

La tecnología y las aplicaciones han transformado todo lo que podemos conseguir; la innovación nos ha permitido reducir los costos a todos los niveles. Las grandes tendencias como el cambio climático y la normativa internacional sobre emisiones de carbono han inspirado mejoras radicales en las tecnologías de la energía y en los modelos de negocio. Todo esto nos ha permitido ser más eficientes y sostenibles. Incluso podemos cambiar nuestro propio comportamiento para contribuir a conseguir una mayor claridad estratégica.

Pero las empresas no se detienen, ni tampoco las exigencias que se les plantean. Las organizaciones están sometidas a una presión continua por mejorar la productividad y reducir los costos ocultos. A veces, un cambio sencillo puede aportar un enorme beneficio mutuo.

Por ejemplo, el caso de las impresoras de inyección de tinta. ¿Puede una impresora de inyección de tinta de oficina marcar la diferencia en la empresa trabajando más y de forma más responsable? En una palabra, sí. Por un lado, se logra ahorrar electricidad, y al mismo tiempo, evita la emisión de CO2.

Para un responsable de tecnología de impresión de la empresa, es una doble ventaja inmensa. Se liberan recursos que se pueden invertir en la empresa, además de ofrecer un impacto tangible, real y sostenible. Un ahorro significativo no tiene que producirse a costa del medioambiente. Innovaciones como esta eliminan la necesidad de "blanqueo ecológico", la mala práctica de enumerar principios "ecológicos" que afectan poco o nada al rendimiento empresarial o al medioambiente.

A la hora de considerar los costes de funcionamiento visibles en la impresión, tendemos naturalmente a centrarnos en reducir el gasto por página, pero es en los costos ocultos donde los avances tecnológicos también pueden tener un gran impacto positivo.

Reducir el tiempo dedicado al mantenimiento y arreglo de impresoras y a la realización de pedidos de consumibles es un buen punto de partida. El personal de informática y de gestión de las instalaciones agradecería sin duda disponer de más tiempo para dedicarlo a las tareas realmente fundamentales. ¿Qué tal un tiempo de encendido y de impresión más rápido? Mejor aún, ¿qué tal un personal más productivo dotado de servicios de impresión flexibles que le permitan imprimir en cualquier parte y desde cualquier dispositivo que le convenga cuando trabaje fuera de la oficina?

Contextualizar el rendimiento de la impresión de inyección de tinta ayuda a ilustrar la cuestión. En la educación, liberar recursos (y tiempo) significa invertir en el aprendizaje de los estudiantes. En el sector minorista, significa tiempo y dinero para mejorar e invertir en la satisfacción del cliente. En los

hospitales, permite liberar al personal médico para dedicar más tiempo valioso con los pacientes. Y en el sector empresarial significa disponer de más tiempo para centrarse en las ventas y en la rentabilidad.

En la búsqueda interminable de la eficiencia, nuestros entornos de trabajo tienen que trabajar más para responder a las presiones de la competencia. Es posible que la impresora de inyección de tinta de oficina no parezca, a simple vista, respetuosa con el medio ambiente, pero podría hacernos un favor a todos en términos de tecnología sostenible, ofreciendo sin lugar a dudas unos ahorros importantes y muy significativos.

Acerca de Epson

Epson es una empresa líder mundial en tecnología que se dedica a conectar personas, cosas e información con sus tecnologías eficientes, compactas y de alta precisión. Con una línea de productos que varía desde impresoras de inyección de tinta y sistemas de impresión digital hasta proyectores 3LCD, relojes y robots industriales, la empresa está dedicada a impulsar la innovación y exceder las expectativas de los clientes en el ámbito de la impresión de inyección de tinta, comunicaciones visuales, dispositivos móviles y robótica.

Liderado por Seiko Epson Corporation con sede en Japón, el Grupo Epson cuenta con más de 76.000 empleados en 87 empresas de todo el mundo y se enorgullece de sus constantes contribuciones al medio ambiente global y a las comunidades en las cuales opera.

Daniela Prada
dprada@mazalan.com
Mazalán Comunicaciones



La multilatina Olivia se expande en la región y anuncia su desembarco en Colombia

La compañía especializada en procesos de cambio, transformación organizacional e innovación consolida su expansión continental con nuevas oficinas en el país y recientemente en Brasil.

Olivia (www.olivia-la.com), consultora especializada en transformación organizacional e innovación, anuncia su desembarco en Colombia. De esta manera, la compañía que tiene en su cartera de clientes a empresas de primera línea de distintas industrias en la región, consolida su expansión continental y acerca sus servicios de transformación cultural desde el comportamiento organizacional, innovación, *change management* y, entre otros, a las empresas de Latinoamérica y el mundo.

La nueva filial tendrá como socio a Eliseo Mojica, profesional con más de 20 años de experiencia en consultoría con dominio de las tecnologías de la información y gran expertise en gestión profesional de portafolios de proyectos y arquitectura empresarial. Antes de sumarse a Olivia, tuvo a su cargo durante 15 años la dirección ejecutiva de dos exitosas compañías del sector TI. Si bien la consultora ya había trabajado proyectos para empresas colombianas, el potencial del mercado local motivó la apertura estratégica de esta nueva oficina, desde la cual se atenderán las necesidades de organizaciones de Centroamérica y el Caribe. “Los ejecutivos colombianos tienen en el tope de su agenda atravesar el proceso de transformación y de innovación necesario para poder competir en esta nueva economía digital”, señaló Mojica.

“La presencia local de Olivia nos permite posicionarnos y consolidarnos como los socios estratégicos desde el punto de vista de la consultoría para que esos proyectos lleguen a buen puerto de manera saludable”, agregó.

“Colombia no escapa de una realidad regional: estamos experimentando un crecimiento acelerado en todo Latinoamérica, a un ritmo de doble dígito, lo que habla de empresas que necesitan alinear su cultura para que la organización sea funcional al negocio y permita desarrollar el ADN innovador”, apuntó Alberto Bethke, CEO de Olivia. “Nuestra próxima apertura será en México y apuntamos a instalarnos en España durante este año, comenzando así la expansión global”.

Nos encontramos en un momento donde el cambio es más acelerado que en ninguna otra época de la historia y las organizaciones de todo el mundo necesitan generar una cultura funcional al nuevo entorno de negocios y sus consecuencias. Todo grupo de personas u organización tiene una cultura dada, implícita o explícita.

En tiempos de grandes cambios, definir una cultura deseada en base al propósito organizacional y a los desafíos de transformación que nos proponemos, es el

diferencial entre el éxito o el fracaso del plan de negocios. Mayor agilidad, capacidad de innovar, transformación digital o client centricity son los temas que ocupan los primeros lugares en la prioridad de cambio en la agenda organizacional o del CEO. Olivia se dedica a proyectos de transformación en todos aquellos temas mencionados, pero con un gran diferencial, que es el foco en las personas y la cultura organizacional. Olivia piensa que con solo con la cultura funcional, las empresas pueden lograr el cumplimiento de sus objetivos de negocios y tener éxito en este nuevo contexto.

Desde su creación hace 8 años, Olivia ha trabajado con grandes clientes de diversas industrias (<https://olivia-la.com/nuestros-clientes/>) en proyectos enfocados a transformación digital, cultura e innovación.

Olivia desembarca en Colombia porque le gusta este país. Adicionalmente, varios años de crecimiento sostenido la convirtieron en una de las mayores economías de la región, con un admirable empresariado local, al frente de empresas en pleno proceso de reconversión. Las expectativas de las mismas con respecto a lograr su transformación digital e innovación son muy altas. También vemos el establecimiento de nuestras oficinas en Colombia, cómo un atractivo para reclutar profesionales especialistas en la materia, lo cual es estratégico para la futura expansión internacional de Olivia.

Por otra parte, tuvimos la suerte de contar con un socio local como Eliseo Mojica, profesional con una trayectoria impecable en este mercado y con un perfil humano que es totalmente afin a Olivia, que asumirá como Managing Partner y líder de los proyectos en Colombia, Centroamérica y Caribe.

Con muchos proyectos exitosos, en base a una metodología única, Olivia sabe que puede ser un aporte que ayude a impulsar a las empresas del país en su proceso de transformación y cambio.

En los proyectos en los que ha intervenido Olivia hasta el momento en la región, ha tenido mucho éxito, habiendo pasado de proyectos puntuales de change management en sus comienzos allá por 2011 a grandes proyectos de transformación cultural en los últimos años. Esto le ha permitido proyectar más aperturas en Latam para el 2019, como la de Brasil, México y España con miras a volverse una compañía global.

El diferencial de Olivia está en su forma y estilo de concebir la consultoría. Un estilo fresco, directo, auténtico con su mirada centrada en las personas, comprometiendo a los líderes con el ejemplo de cambio que quieren ver materializado en sus organizaciones para lograr que la transformación sea real y se viva en las personas.

Acerca de Olivia

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

ALBERTO BETHKE
SOCIO FUNDADOR Y CEO



Alberto Bethke cuenta con más de 25 años de experiencia ejecutiva, liderando organizaciones multinacionales en las industrias de Petróleo & Gas y Tecnología.

Lideró internamente muchos proyectos de cambio organizacional promovidos por fusiones, adquisiciones, tecnología, reestructuraciones de negocios y expansión internacional de actividades. Adicionalmente, fue miembro de los directorios y comités ejecutivos de las empresas en las cuales actuó.

Alberto es reconocido por su pensamiento estratégico, su creatividad, la capacidad de formar equipos de trabajo, integrar culturas y lograr alto compromiso en las personas.

En 2011 fundó Olivia (www.olivia-la.com) con el propósito de “transformar el mundo, organización por organización”. Con ese norte, dedica su vida a la transformación organizacional enfocado en explotar el potencial de las personas e inspirar a los líderes a un cambio sustentable.

ELISEO MOJICA
SOCIO|DIRECTOR EJECUTIVO DE OLIVIA
COLOMBIA



Eliseo es un profesional referente en la industria de TI en Colombia, con 20 años de experiencia en consultoría de TI, gestión profesional de portafolios de proyectos y arquitectura empresarial.

Es reconocido por ser una persona que inspira profunda confianza, tanto por sus conocimientos, dado a su trayectoria, como por su franqueza y transparencia.

Tuvo bajo su cargo la dirección ejecutiva de diferentes compañías del sector TI durante 15 años y actualmente asume la dirección en Colombia de Olivia (www.olivia-la.com), en donde es responsable de administrar y expandir el alcance de la compañía en el país con foco en la transformación cultural de las organizaciones, la gestión del cambio, la innovación y la gestión profesional de portafolios de proyectos.

Además, Eliseo es estudioso de la teología, toca la guitarra, pinta y es fanático del fútbol.

Laura Gordillo Castro
www.magmacomms.com

Perfil:

Carlos Restrepo Echavarría, un Ceo Social que Construye Sociedad y Territorio

También conocido como el “profesor”, por más de dos décadas viene desarrollando proyectos y programas en pro de la comunidad. Es un ser humano que cada día piensa en la transformación de la sociedad y los territorios, mediante procesos socioeconómicos, que permitan mejorar la calidad de vida de los habitantes. Su pasión por los procesos, programas y proyectos sociales y el emprendimiento lo vienen posicionando como un líder que marca la diferencia. Por sus acciones desde lo local e internacional es identificado como un gran CEO Social.

Nacido en la ciudad de Medellín, es Administrador de Empresas, Especialista en Gerencia de Proyectos y Executive MBA.

Ha participado en varios escenarios a nivel social y empresarial, por lo que destacamos algunas de sus participaciones actuales como miembro honorario y fundador de la Asociación Gremial Comité Cívico Empresarial (AGCCE), un gremio que se viene proyectando no solo a nivel local, sino también en el ámbito nacional e internacional, además es integrante de la Comunidad Empresarial de América Latina y El Caribe (CONNECTAMERICAS) del Banco Interamericano de Desarrollo BID y Voluntario de las Naciones Unidas (ONU). Integró la Mesa de Alianzas Público Privada de Antioquia MAPPA, fue miembro del Comité Comunitario de Desarrollo Integral (CCDI) en la Zona Centro - Oriental (Comunas 8, 9 y 10 de Medellín) y así mismo, hizo parte de la Junta Administradora Local (periodo 2000 – 2003) de la Comuna No. 10 de Medellín.

También ha participado en Iniciativas encaminadas hacia la paz, la convivencia y la



Carlos A. Restrepo Echavarría - CEO Social

“Es necesario reflexionar sobre nuevas dinámicas y formas de ordenación y organización de los territorios, para mejorar la eficacia de la gestión y la calidad de vida, aumentar la transparencia en la toma de decisiones, asegurar la participación ciudadana y preparar, al territorio y a sus habitantes, para los retos del futuro a través de la ciencia, la tecnología y la innovación”.

reconciliación de la región antioqueña, las cuales han sido certificadas por la Organización de los Estados Americanos OEA (MAPP/OEA – Colombia), el Ministerio de Interior y de Justicia de la República de Colombia y la Asesoría de Paz de la Gobernación de Antioquia. Ha asesorado, acompañado y capacitado a diferentes organizaciones, líderes sociales y empresariales en temas de emprendimiento, formulación y elaboración de proyectos y gestión empresarial.

También ha participado en proyectos destacados como los *“Nuevos liderazgos”* el cual fue presentado para los Objetivos del Milenio 2015, y entregado a la organización Sustainable Development Solutions Network de las Naciones Unidas, el proyecto de *“Responsabilidad Social y Empresarial - CREAR VALOR RSE”*, presentado al Ministerio de las TIC y Alcaldía de Medellín. Es coautor de la *“Ley 1673 de 2013 (Ley del Valuador en Colombia)”*, participó como coordinador académico del *“Acuerdo Social - Público - Privado (ASPP) por la equidad y el empleo decente”* con el Comité Intergremial de Antioquia, Fundación IBSER y la Alcaldía de Medellín y participe de la *“Red Social Comuna 5”* con la Corporación Camino al Progreso entre otras iniciativas.

Destacamos algunas de sus gestiones realizadas a nivel local, nacional e internacional, desde el sector público y privado como Convenios con el Centro de Estudios del Desarrollo CED – Chile y el Instituto Panamericano de Educación ISSE (presencia en todos los países panamericanos) e importantes interacciones con el EPRD Office for Economic Policy and Regional Development Ltd. - Kielce, Poland.



Pensionados y trabajadores por cuenta propia tienen dificultades para conseguir financiación

7 ventajas de asociarse a una cooperativa

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística- DANE, la informalidad laboral en Colombia llegó a 48.2 % en 2018; además el 56.7% de los trabajadores formales sólo devenga un salario mínimo. Según estas cifras, la capacidad de gasto, y por tanto de endeudamiento, de la mayoría de los colombianos es muy limitada.

La economía basada en la colaboración toma cada vez más fuerza gracias, entre otros factores, a la revolución tecnológica. Así mismo, el cooperativismo está siendo reconocido como un modelo económico de innovación social, por su eficiencia en el manejo de la economía de escala, la facilidad que ofrece para acceder a productos de ahorro con alta rentabilidad y crédito con tasas de interés justas, además de los múltiples beneficios y tarifas especiales en servicios de salud, bienestar y recreación, que a través de convenios comerciales brinda a sus asociados.

En el país al menos 7 millones de personas están vinculadas a una cooperativa, de los cuales el 52% pertenece a aquellas que prestan servicios de ahorro y crédito, según la Confederación de Cooperativas de Colombia Confecoop.

“En las cooperativas ayudamos a cumplir sueños: fortalecer un negocio, hacer profesional a un hijo o viajar a otro país, entre muchos otros. Además, nuestros

asociados se convierten en gestores, no sólo de su desarrollo, sino que también aportan al crecimiento del país”, explica Arturo Vega, gerente de la cooperativa de ahorro y crédito, Fincomercio. Con más de 60 años de experiencia, Fincomercio orienta sus servicios principalmente al colombiano de “a pie”, incluyendo entre sus más de 193.000 asociados un importante número de pensionados, trabajadores por cuenta propia y pequeños empresarios. Grupos poblacionales que usualmente encuentran dificultades de acceso a crédito y por tanto, recurren a opciones peligrosas o ilegales de financiación como las llamadas cooperativas de papel o los denominados gota a gota.

“Nuestro principal propósito es ofrecer servicios cada vez más accesibles para nuestros asociados y sus familias, de los cuales el 75% percibe ingresos inferiores a 3 salarios mínimos y con frecuencia requieren créditos de un valor promedio inferior a los que usualmente atiende el sector bancario tradicional. De las solicitudes de crédito atendidas en el 2018 el 86% fueron por un monto inferior a 4 millones de pesos”, puntualiza Vega.

La tercera cooperativa de ahorro y crédito más grande de Colombia por su número de asociados presenta las 7 ventajas de asociarse a una cooperativa.



De los 12 millones de toneladas de basura que se generan en Colombia solo se recicla el 17%

No censure los alimentos “desnudos”

Mandarinas, cebollas, aguacates, entre otros alimentos, se han convertido en protagonistas de una fuerte polémica en redes sociales, hasta el punto de que el hashtag #MandanCáscaraPonerPlástico llegó a ser tendencia nacional.

- En Colombia se pierden más de 9 millones de toneladas de comida al año, según un estudio realizado en el año 2016 por el Departamento Nacional de Planeación (DNP).
- Según la Asociación de Bancos de Alimentos de Colombia este desperdicio representa el 34% de los alimentos que podrían consumirse en el país durante todo un año.
- Los alimentos después de ser cosechados siguen respirando lo que reduce su vida útil, a pesar de contar con un “empaque” natural como son las cáscaras.

18

La discusión tiene dividido al público en dos bandos. El primero asegura que si los alimentos tienen cáscara es un total despropósito venderlos empacados en plástico, que además, incrementa los índices de contaminación. El segundo, argumenta que es absolutamente inteligente porque al hacerlo se conservan las propiedades nutricionales de los alimentos, se alarga la vida útil de los mismos y se garantiza el correcto manejo de las cáscaras como residuo vegetal.

la tecnología para conservar la vida útil de los alimentos y mitigar pérdidas tanto para los productores como para los consumidores.

La cáscara no siempre es suficiente

Aunque la naturaleza es perfecta y los alimentos vienen en su empaque natural, técnicas como el empaque al vacío y la atmósfera modificada ayudan a conservarlos aún mejor que su propia cáscara, ya que inhiben el crecimiento y desarrollo de bacterias, hongos y otros agentes externos. Así mismo, evitan la contaminación por manipulación y transporte, haciéndolos más higiénicos.

No censure los alimentos “desnudos”



Investigadores del programa de Ingeniería de Alimentos de la Universidad de La Salle han realizado diferentes estudios sobre las alternativas que se generan desde la ciencia y

“Consideramos que el tema amerita atención porque está lleno de mitos. Lo primero es señalar que para los productos que siguen respirando después de ser cosechados y que limitan su vida útil por las condiciones externas, los empaques en plástico pueden representar la diferencia entre comerlos o tener que tirarlos. Aunque sabemos que el plástico es uno de los mayores problemas para el medio ambiente porque tarda hasta

150 años en descomponerse, es el material más idóneo para las técnicas de conservación de alimentos, pues es versátil liviano, transparente y se adapta a la forma del producto”, explica Ismael Povea, docente investigador de La Salle.

Si bien es cierto, la poca biodegradación del plástico es un problema, científicos, académicos, productores, entre otros, trabajan cada día por encontrar una solución integral que permita reducir las pérdidas y desperdicios de alimentos y que tenga un menor impacto en el medio ambiente.

A simple vista, comprar los alimentos empacados es producto del afán constante que lleva a las personas a buscar formas de ahorrar tiempo. Otros más radicales dicen que es asunto de pereza e ineptitud. Para el experto, el tema va mucho más allá porque la premisa debe ser la calidad de los alimentos debido a que son base de la nutrición humana la cual controla desde el crecimiento hasta la capacidad de concentración.

“Las técnicas de conservación de alimentos no deben estigmatizarse porque el verdadero beneficio está relacionado con la frescura de los alimentos para garantizar su valor nutricional y con la economía real que representa. Por ejemplo, ver realmente lo que que se está comprando y no llevarse la sorpresa de que el alimento está dañado por dentro, el ahorro de tiempo, dinero y energía por cuenta de menor número de desplazamientos a la plaza o supermercado, asuntos que también benefician al medio ambiente”, añade Povea.

Hacer una mejor disposición de residuos es vital para el medio ambiente

Mucho se habla de la importancia de reciclar y de hacer una correcta clasificación y disposición de elementos como papel, cartón, vidrio, etc, con el propósito de que estos se puedan transformar en nuevos materiales. Sin embargo, poco se habla de lo vital que es para el medio ambiente hacer un correcto manejo del material orgánico.

De las 10 millones de toneladas de basura que se generan en Colombia, solo se recicla el 17% y aunque en muchos hogares el material orgánico se aprovecha como compostaje, en la mayoría de los casos este material se desecha de manera inadecuada generando gases contaminantes y agravando más la situación ambiental.

Las empresas que prestan servicios de empacado al vacío, atmósfera modificada y demás técnicas de conservación de alimentos están capacitadas para hacer el mejor aprovechamiento de este material.

- “Absolutamente todos los procesos, incluso la agricultura, tienen una huella ecológica y el desarrollo de la tecnología asociada a los alimentos nos ha permitido avances como aprovechar una botella de leche que antes sólo duraba un día (bajo refrigeración) y ahora tenemos envases tetrapak en el que puede durar hasta seis meses (sin refrigerar)” puntualiza el profesor Povea.
- La Salle es una organización con más de 300 años de historia, presente en más de 80 países, dedicada a la educación desde las primeras etapas de la infancia hasta los más altos estudios de posgrado.

- Con 54 años de trayectoria en el país, la Universidad de La Salle es la primera Universidad en América Latina con acreditación en procesos de internacionalización ECA (European Consortium for Accreditation in higher education). También ha recibido el reconocimiento de QS Stars por inclusión (4 estrellas) y responsabilidad social (4 estrellas).
- La institución dio inicio hace casi una década al proyecto Utopía en Yopal (Casanare), el único Campus Universitario Rural que tiene Colombia, diseñado para ofrecer

educación superior de alta calidad a jóvenes campesinos de escasos recursos económicos, víctimas de la violencia y con una remota posibilidad de convertirse en profesionales. Utopía, funciona con un sistema de becas que permite a los jóvenes convertirse en ingenieros agrónomos. Un caso de éxito que cuenta con 10 premios nacionales y 1 a nivel internacional.

- La Universidad ofrece 23 pregrados, 13 especializaciones, 14 maestrías y 2 doctorados en 4 amplias sedes en Bogotá y en Yopal.

Empacado al vacío

Consiste en retirar el aire entre el empaque y el alimento con el propósito de disminuir los agentes bacterianos del aire haciendo que el producto se conserve por más tiempo

Foto de mazorcas, carnes y zanahorias empacadas al vacío



Atmósfera modificada

En esta técnica primero se elimina el aire del interior del envase y luego se inyecta gas o mezcla de gases. Generalmente son gas carbónico (CO₂), oxígeno (O₂) y nitrógeno (N₂) para disminuir el grado de respiración de los alimentos y alargar la vida su vida útil.

Frutas empacadas atmósfera modificada(bandeja)



“El Futuro de Colombia está en las Pymes si logran adaptarse a los nuevos tiempos con herramientas de mejora continua”

LUIS SOCCONINI, el No. 1 en excelencia operacional con mayores reconocimientos en EE.UU. y Latinoamérica, está en Colombia donde ha visitado empresas y universidades de toda la región para dar a conocer la exitosa metodología “Lean Company”, con la cual ha logrado llevar a su más alto nivel de eficiencia empresas como Hewlett Packard, Bimbo, Hilasal, IBM, Dione, GNP, José Cuervo, Verde Valle entre muchas otras.

21

Es autor de 3 Best Sellers en esta temática: “Lean Manufacturing: Paso a Paso”, “Lean Company: Más allá de la Manufactura y coautor del libro “Lean Management System for Leaders” (Lean Six Sigma para Líderes)

Es el precursor de la metodología Lean Six Sigma, con la cual ha logrado un sistema de gestión exitosa en diversas industrias: Agricultura, Hospitales, Defensa, Alimentos, restaurantes; en las cuales se desarrolla el talento de los empleados, se mejoran los procesos y se reducen costos en la operación.

En su visita a Colombia durante esta semana, Luis Socconini, uno de los más exitosos líderes empresariales, al ser el precursor del sistema Lean Six Sigma, busca dar a conocer su metodología, ya implementada por varias empresas colombianas, con la cual busca lograr una cultura organizacional sostenible con procesos veloces, mejorar la calidad de vida para gerentes y empleados y un alto impacto en el *bottom line* del negocio, basados en un estudio de casos que han sido contruidos con el aprendizaje y experiencia de cientos de implementaciones en diferentes sectores y tamaños de empresas.

Sobre su filosofía Socconini comenta: “*Lean Company es una metodología de trabajo que aborda todos los procesos y cuya implementación se lleva a cabo a través de un análisis de toda la cadena de valor para identificar donde están los cuellos de botella que impiden el desarrollo de la competitividad para así generar mejores ventas, menores costos y menores inversiones para poder evaluar su efectividad en una mayor rentabilidad, utilidades y flujo de efectivo, que es lo que finalmente hace que una empresa pueda ser altamente competitiva*”.

Su mayor logro empresarial ha sido implementar con éxito su metodología en más de 140 empresas, incluyendo multinacionales, su punto de partida fue la filosofía *Lean Manufacturing*, desarrollada por Toyota en la postguerra con resultados significativos al pasar de empresa mediana a gran empresa y de salir de la grave crisis económica que casi la lleva a la quiebra.

Sus opiniones sobre el desarrollo empresarial en Colombia:

¿En qué grado de desarrollo empresarial ve las empresas del país, con base a su tamaño, qué deben hacer las pymes para

mejorar su desempeño?, qué les falta a las grandes compañías?

“En Colombia veo un interesante desarrollo empresarial motivado por una fuerte profesionalización de dueños, gerentes y personal de las empresas para desarrollar negocios más eficientes y productivos”. Las filosofías de mejora continua tienen un impacto muy positivo porque saben que en un mundo globalizado compite con empresas de todo el mundo, veo un deseo de mejorar y una apertura a ideas nuevas y de alto impacto.

“Las Pymes tienen una gran oportunidad de adaptarse a las necesidades de calidad y productividad porque las decisiones se toman más rápidamente, sin embargo la falta de conocimiento en herramientas de mejora continua hacen difícil que los empresarios y colaboradores desarrollen mejores métodos y resultados”.

“Frente a las grandes compañías colombianas, creo que la creación de clúster que ayuden a unir y transmitir el conocimiento de empresas de clase mundial es una gran oportunidad, así como que las universidades empiecen a preparar a sus alumnos para que participen activamente en la transformación que el sector empresarial requiere para ser competitivo”.

¿En esta oportunidad alrededor de qué temáticas se desarrollarán sus conferencias en las universidades de Colombia?

“El poder de la filosofía Lean Six Sigma en diferentes aplicaciones e industrias: Cómo se están diseñando las empresas del futuro en hoteles, restaurantes, construcción,

producción de alimentos, generación y cuidado de la energía, así como el impacto de la cuarta revolución industrial (industry 4.0) en el diseño y desarrollo de las empresas y trabajos en el futuro”.

En plena era digital, donde las empresas buscan cada día ser más tecnificadas, que les ofrece Lean Six Sigma para mejorar su desempeño?

“Les ofrece la posibilidad de identificar en dónde y qué tipo de tecnología se debe integrar para lograr resultados de alto impacto y evitar solo comprar tecnología sin un impacto real. También el desarrollo de modelos de análisis e interpretación de datos, utilizando métodos estadísticos avanzados, que permitirán que una tecnología realmente ayude recolectar datos que sean transformados en información valiosa y decisiones con alta calidad y velocidad”.

Cuéntenos sobre su más reciente libro Lean Six Sigma Management System, cuáles son los sus aportes con respecto al anterior.

“Es un libro dirigido a líderes de organizaciones que desean diseñar empresas con alto nivel de calidad y productividad en todo tipo de industria. El libro presenta una nueva forma de diseñar la estructura organizacional para mejorar la comunicación y por lo tanto la forma de toma de decisiones y por lo tanto los resultados.

También se explica el proceso que se debe seguir para llevar a una empresa tradicional a niveles de clase mundial. Se explica el proceso de gestión de cambio para lograr que los colaboradores acepte y participen en una transformación exitosa.”

Sobre su hoja de vida

Luis Socconini es ingeniero industrial por el ITESM, campus Guadalajara. Tiene una maestría en Calidad y Productividad y es Master Black Belt. Está Certificado en Strategic Management por la Universidad de Stanford, en Leading Product Innovation por la Universidad de Harvard y en Industry 4.0 por el M.I.T. Ha trabajado para la escuela de negocios de Wharton, Pensilvania, como consultor de empresas; en la Cervecería Grolsch, en Holanda, como ingeniero de procesos, y en IBM como ingeniero de manufactura.

Colabora como consultor para empresas como Hewlett Packard, Bimbo, Hilasal, IBM, Dione, GNP, Tequila Cuervo, Verde Valle, entre otras. En ellas ha implementado, con éxito, los sistemas Lean Manufacturing y Six Sigma, así como la Teoría de Restricciones y las normas de calidad ISO 9000.

Es fundador y director de Lean Six Sigma Institute a nivel mundial; también es consejero de la Cámara Nacional de Comercio y catedrático distinguido de una de las universidades con más prestigio en

México. Ha obtenido reconocimientos y premios nacionales e internacionales como Premio Mundial de Emprendedores Representando a México (ONU) en Lyon, Francia, Premio al Espíritu emprendedor del sistema ITESM en Filadelfia, Estados Unidos, entre muchos otros.



Claudia Beltrán Ruget
Jefe de prensa
3138537557

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

Ayudará a que el mercado, su mercado mejore.

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

Lo dice Santiago Plaza



1. ¿La presentación personal es importante?

24

Resulta que en la mayoría de los casos la presentación personal es importante. Sin embargo el detalle está en cómo se hace y qué debemos de despertar cuando se hace. En muchos casos la primera impresión es la definitiva, pero también la consistencia en el tiempo de la conducta asociada por el receptor, de tal forma que sea "natural" el comportamiento percibido.

Lo normal en latino américa es que las relaciones humanas primen sobre las decisiones de orden técnico y de competencias, ya que, como es común, existe una complejidad cultural donde el bajo nivel de educación y la ignorancia condicionan el proceso social de las personas.

Para lograr una presentación personal de impacto, se tiene que considerar que aunque se explaye uno por 10 minutos o por 2 horas, los receptores o reclutadores solo se van a acordar de 3 a 4 cosas que uno diga, y estas deben de tener un impacto importante.

Se recomienda un orden para presentarse, el cual debe mantener una consistencia y máximo se debe realizar en 3 minutos:

Protocolo – 10 segundos

Academia – 35 segundos

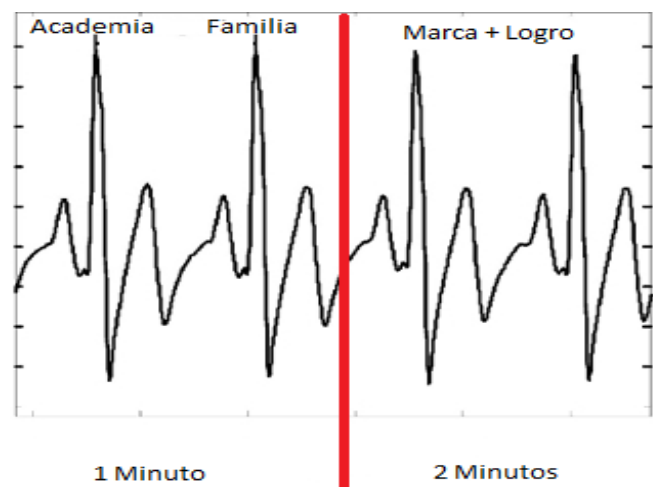
Familia – 15 segundos

Marca + Logro - 2 minutos

Extras – máximo 30 segundos adicionales y es opcional

Se explica en que para comenzar el protocolo es importante pero además estratégico. El objetivo es que la persona o personas que reciban a uno deben prepararse para sentarse y escuchar. Comenzar con *"Muchas gracias por recibirme, mi nombre es XYZ, permítame presentarme por favor..."* ayuda a que el receptor se sienta cómodo y permita a uno comenzar. Desde ese momento la pelota está en la cancha.

Teoría de los 4 Picos



Lo segundo es lo académico, se comienza con la secuencia de las bases, vale decir,

Doctorado, Maestría, Licenciatura / Bachiller, y luego recién se dan 3 o 4 ejemplos de especializaciones que se tienen. Podría traducirse con un ejemplo simple: ***“Soy MBA de XYZ, Economista de profesión por la Universidad/Instituto XYZ, y cuento con especialidad en ABC por la Universidad DEF...”***

Luego, la familia. En este caso la casuística es muy variable, lo importante es demostrar que uno tiene estabilidad. Por ejemplo, ***“pienso que tengo suerte ya que vengo de una familia muy unida, estamos todos integrados, y tengo una esposa maravillosa y 2 hijos que no me dejan dormir pero me llenan la vida de alegría”***. En este punto uno va a notar cierta empatía proyectada en el lenguaje no verbal del receptor. Es en ese momento donde se genera un espacio de 3 minutos donde el receptor presta mayor atención ya que aparece un vínculo con la memoria de corto plazo y las emociones. Y ese es el momento donde uno comienza con el siguiente paso.

Lo laboral es trascendente, la razón por la cual uno se encuentra presentándose, pero el detalle está en manejar bien el concepto. Cuando se habla de marca + logro, lo que se busca es establecer el posicionamiento del concepto y la relación de concepto en los reclutadores. Para este caso se darán 2 ejemplos, el primero cuando uno viene de empresas reconocidas con marcas reconocidas, y el otro cuando uno proviene de empresas no reconocidas con marcas no reconocidas, sin embargo con relación con el primer grupo.

Hay que recordar que se hablará sobre los logros, por lo tanto hay que ser concisos con la experiencia y enfocar solo los cargos y

empresas que proyectan mayor generación de valor por el trabajo realizado.

Ejemplo 1:

“En lo laboral comencé en NAIKI como practicante de XYZ, luego me invitaron a ser asistente en AMBLIDAS para la misma área. Posterior a ello RIBUK me invita a ser analista de XYZ. RIBUK es una compañía que se dedica a XYZ, mi cargo trato de XYZ y mi logro principal a la fecha es XYZ.”

Gracias a esa experiencia es que me invitan a FAGA para el puesto de Jefe de XYZ. FAGA es una compañía de retail que se dedica a XYZ, mi cargo trato de XYZ y mi logro principal a la fecha es XYZ”

Ejemplo 2:

“En lo laboral comencé en PULGUITAS como practicante de XYZ, compañía proveedora de NAIKI, luego me invitaron a ser asistente en HERMOS SAC para la misma área y con el mismo cliente principal. Posterior a ello JOSEFA EIRL me invita a ser analista de XYZ. JOSEFA EIRL es una compañía que se dedica a XYZ y es el principal proveedor de tecnologías de RIBUK, mi cargo trato de XYZ y mi logro principal a la fecha es XYZ.”

Gracias a esa experiencia es que me invitan a FULMINANTES SA para el puesto de Jefe de Z. FULMINANTES SA es una compañía industrial proveedora del sector retail que se dedica a XYZ, mi cargo trato de XYZ y mi logro principal a la fecha es XYZ”

En 3 minutos uno se presenta y se da a conocer de forma sencilla, suave y estructurada. De ser el caso en que uno tenga “Extras” como por ejemplo que es

miembro del cuerpo de bomberos o es voluntario líder en la asociación OPQ, se podría considerar el mencionarlo y solo eso.

En conclusión, para responder la pregunta del título de este artículo breve, se piensa que Sí, es importante la presentación personal, pero más importante aún es el cómo. Al final, la atención del receptor debe convertirse en interés.

2. Las fortalezas en una entrevista de trabajo

Para los candidatos en general una de las preguntas que en la mayoría de las entrevistas de trabajo se presenta trata sobre las fortalezas o las virtudes. Lo normal es que el entrevistador genera la consulta porque es importante tener claro que el candidato a seleccionar debe tener muy presente en qué es bueno o cuáles son sus principales valores, cómo se identifica a sí mismo y si estos se alinean de una u otra forma con el grupo de trabajo al cual el candidato elegido va a enfrentarse y si también tienen vinculación con la cultura de la organización.

Resulta interesante que los candidatos apunten a características propias que son básicas de un perfil profesional como fortalezas o virtudes propias. Palabras como *puntual, organizado, honesto, honrado, empeñoso, saber trabajar en equipo* son el pan de cada día y pierden valor cuando se repiten una y otra vez.

Al final de cuentas, se debe comprender lo siguiente por ser un hecho y por ser un patrón común, sutil en verdad, pero real. Y es que todas las compañías siempre buscan

candidatos que cumplan con los siguientes patrones:

- Lealtad
- Proactividad
- Ser estratégico
- Perseverante
- Empatía

Para ello la secuencia del cómo se comunican podría ser la clave para que el mensaje llegue de forma adecuada.

La propuesta es la siguiente:

“Sobre mis fortalezas, pensaría yo que soy una persona leal, proactiva, estratégica, perseverante y empática.... Pero déjeme decirle porqué...”

Lo interesante es que cuando se solicita dar la explicación, en general el entrevistador opta por dar apertura y accede, ya que al final, estando en la entrevista, no debería decir que no.

“Lo que ocurre es que yo...”

- Soy una persona leal porque me comprometo. Soy leal a mí, a mi familia y a la organización.
- Soy proactivo porque siempre doy un paso adelante para evitar contingencias.
- Soy estratégico, y pienso que lo soy porque doy soluciones.
- Soy perseverante porque me gusta siempre cumplir con los objetivos.
- Y bueno, soy empático porque me gusta generar vínculos de confianza”

Lo importante está en que cuando se comunica el *speech* debe haber una combinación entre la tonalidad, las pausas y el lenguaje no verbal. La gesticulación de las manos es un elemento trascendente para dar impacto por cada idea presentada.

Lo otro importante, y que es merecedor de atención ya que es un patrón general, es que en todas las compañías latinas siempre se buscan candidatos que:

- Sean *camiseta* con a la compañía
- Que puedan prevenir situaciones
- Que cuando lleguen las situaciones las puedan enfrentar
- Que cumplan con el *número* solicitado
- Que se lleven bien con las personas.

De aquí la lógica de que todos los profesionales deben partir de trabajar en sinergia y orientados a los resultados. Por ejemplo las empresas que se suscriben y pasan por los rigurosos procesos de evaluación de *Great Place to Work* tienen presente que el capital humano es el elemento más importante en sus organizaciones ya que se parte del principio que *las empresas marchan sobre los hombros de sus empleados* sean ellos de la más alta o baja jerarquía en su organigrama.

Lo ideal nunca resulta de dar a conocer las características o competencias básicas, sino aquellas que se alinean con lo que las compañías buscan como un estándar, de esa forma se generan empatías importantes por la aceptación de las mismas.

3. ¿Qué es más importante, la lealtad o la justicia?

La pregunta típica en las entrevistas de trabajo, y con buena razón. El detalle para esta pregunta es el reconocer los patrones básicos. Si bien es cierto, se puede asociar a múltiples prejuicios, la forma adecuada en el cómo expresarlo dependerá si uno se compra la idea o no. La sugerencia es que se tome y se comunique desde un punto de vista neutral, pero considerando lo que es importante en la cultura donde uno se encuentre, y a cultura me refiero a país.

En LATAM, lo común es que se tome la lealtad como un patrón de seguir al jefe o de seguir las cosas en plena confianza sin medir el impacto de las consecuencias, es decir, leal por leal sin importar lo que viene. Por ello se considera que la persona leal es la persona que no necesariamente va a buscar cumplir con los intereses de la empresa.

La justicia se toma como partida de un conjunto de valores propios y lo que uno podría considerar como justo dentro de su esquema moral o asociativo. Otros, pueden tomar la justicia como el dictamen del sistema, las cosas como son las cosas y la burocratización.

En ambos casos debemos de respetar siempre la opinión de todos. Es normal que, viniendo de diferentes profesionales y estratos socioculturales, podamos comprender estos conceptos también por los gustos y preferencias, así como la asociación

de creencias de acuerdo a lo experimentado ajena o en propia experiencia.

Y es que debemos de considerar que todos hemos aprendido de los lingüistas. Es decir, de la misma sociedad, los colegios, las universidades o institutos, de los amigos, de los libros y varias otras fuentes. Pero debemos de reconocer lo siguiente, y es que los lingüistas pendieron de los teólogos y éstos últimos de los filósofos. La lógica aplicada indica que si bien los filósofos lo pensaron, los teólogos lo llegaron a estructurar, pero son los lingüistas los que lo comunicaron para que la sociedad comprenda y entienda los conceptos base. De aquí la importancia de la estructura.

¿Qué dicen los Teólogos? Ellos mencionan que la lealtad y la justicia son dos conceptos diferentes. La lealtad es un patrón nato, nace de cada uno, es decir, *yo soy leal a mí, a mi familia y a la organización*. Hay una parte aprendida y otra no aprendida que viene del subconsciente. En cambio la justicia es un patrón social, es lo que la sociedad define como buen o como malo, lo moral o amoral, y son los representantes de la sociedad que a través de principios éticos y racionales definen las normativas, las leyes y los reglamentos. Y es la justicia a través de organizamos reguladores y abogados que hacen que este conjunto de normas y leyes puedan funcionar y ser aplicados en la sociedad.

Teniendo esto claro, podemos a la vez agregar que en LATAM se buscan siempre personas *camiseta*, aquellas que puedan dar su mayor esfuerzo por cumplir el objetivo de la compañía y que busquen sentido de

pertenencia y aprovechan ese motivador para dar lo mejor de sí. La justicia, por otro lado, en empresas se toma como la cultura organizacional, las políticas de la compañía y el gobierno corporativo.

Ahora bien, se tienen claros los conceptos base y recién podríamos responder la pregunta del reclutador dándole énfasis en aquello que las empresas siempre buscan, y es a los buenos trabajadores que tengan la *camiseta* de la empresa.

Por lo tanto, la respuesta se resume en lo siguiente:

Pienso que la lealtad es más importante, porque es un patrón nato, nace de cada uno, yo soy leal a mí, a mi familia y a la organización. En cambio la justicia varía de acuerdo al grupo humano, lo que puede ser justo en IBM de repente no es justo en NIKE y viceversa, pero en ambos casos la lealtad es la misma.

4. Las debilidades en una entrevista de Trabajo

Para los candidatos en general una de las preguntas que en la mayoría de las entrevistas de trabajo se presenta trata sobre las debilidades o defectos. Lo normal es que el entrevistador genera la consulta porque es importante tener claro que el candidato a seleccionar debe tener muy presente en cómo reconoce sus límites, cómo se identifica a sí mismo y si estos se alinean de una u otra forma con el grupo de trabajo al cual el candidato elegido va a enfrentarse y si

también tienen vinculación con la cultura de la organización.

Resulta interesante que los candidatos apunten a características propias que son básicas de un perfil profesional como debilidades o defectos propios. Palabras como *impuntual, desorganizado, ansioso, perfeccionista y excesivamente detallista* son el pan de cada día y pierden valor cuando se repiten una y otra vez.

Al final de cuentas, se debe comprender lo siguiente por ser un hecho y por ser un patrón común, sutil en verdad, pero real. Y es que todas las compañías siempre buscan candidatos que cumplan con los siguientes patrones:

- Impaciente por hacer las cosas bien
- Exigente
- Meticuloso
- Carácter para hacer las cosas
- Seriedad

Para ello la secuencia del cómo se comunican podría ser la clave para que el mensaje llegue de forma adecuada.

La propuesta es la siguiente:

...Miramos con cara de sorpresa, volteamos la mirada por 3 segundos como si estuviéramos pensando en ello, y luego volteamos al entrevistador y decimos...

"Sé que tengo 3 debilidades que he identificado como mías, y tengo otras 2 que

mis amigos me han comentado...pero déjame explicar cómo las estoy manejando"

Lo interesante es que cuando se solicita dar la explicación, en general el entrevistador opta por dar apertura y accede, ya que al final, estando en la entrevista, no debería decir que no.

"Lo que ocurre es que yo...

- Soy una persona poco impaciente, pero es porque soy proactivo, me gusta hacer las cosas ya, pero me he dado cuenta que tomar las cosas con calma me ayudan a mí a dar una respuesta más asertiva....yo sé que es mi debilidad, pero me va mejor así.
- Soy una persona muy exigente, conmigo mismo, con mi trabajo y con mis estudios. Pero los exigentes siempre proyectan presión y a la gente no le gusta porque se llenan de estrés. Sin embargo, he aprendido decir las cosas con armonía y con empatía, de tal forma que puedo seguir siendo exigente, pero ya la gente no lo toma como un estrés, sino como que es parte del trabajo, y eso me ha ayudado a trabajar mejor en equipo.
- Lo otro es que soy algo perfeccionista, pero al final qué dicen los chinos...ellos dicen que lo perfecto es enemigo de lo bueno y que lo bueno es a veces suficiente... pero yo creo que no, yo creo que a lo bueno hay que darle un plus adicional, hacer las cosas realmente bien, solo que aprendí a manejar mis tiempos y energías, cosa que hago las cosas realmente bien y puedo seguir avanzando con las siguientes

actividades. Sé que es mi debilidad pero eso me trae mejores resultados.

Ahora, eso es lo que pienso que tengo, pero mis amigos me dicen otra cosa, mis amigos me dicen que...

- Cuando me critican, me molesto un poco, pero es porque tengo carácter serio. Pero al final si viene alguien que me dice algo que me pueda molestar, pues yo volteo y sonrío, y dejo de proyectar molestia.
- Lo otro es que me dicen que no cambio de opinión tan fácil (*se debe afirmar con la cabeza*), pero es porque me gustan las respuestas estructuradas, y veo que la gente habla, habla, habla y habla, y yo aprendí a escuchar, cosa que cuando todos terminan de hablar yo lanzo una idea, que es una idea integradora, todos piensan que es idea de todos pero realmente es mía y me va mejor así, esas son mis debilidades"

Lo importante está en que cuando se comunica el *speech* debe haber una combinación entre la tonalidad, las pausas y el lenguaje no verbal. La gesticulación de las manos es un elemento trascendente para dar impacto por cada idea presentada.

De aquí la lógica de que todos los profesionales deben partir de trabajar en sinergia y orientados a los resultados. Por ejemplo las empresas que se suscriben y pasan por los rigurosos procesos de evaluación de *Great Place to Work* tienen presente que el capital humano es el elemento más importante en sus

organizaciones ya que se parte del principio que *las empresas marchan sobre los hombros de sus empleados* sean ellos de la más alta o baja jerarquía en su organigrama.

Lo ideal nunca resulta de dar a conocer las características o competencias básicas, sino aquellas que se alinean con lo que las compañías buscan como un estándar, de esa forma se generan empatías importantes por la aceptación de las mismas.

De aquí que las debilidades son importantes. Debemos recordar que todo lo que digamos siempre va a ser usado en nuestra contra, y el objetivo es dar a conocer qué es lo que se tiene y cómo se controla. Por supuesto, de la forma más protocolar y adecuada posible.

5. ¿Por qué debería de elegirte a ti y NO al resto de candidatos?

Una de las oportunidades más importantes en cualquier entrevista de trabajo es cuando a uno le preguntan...¿Y por qué debería de elegirte a ti y no al resto de candidatos?... la combinación de palabras puede cambiar pero el sentido es el mismo. Aun a pesar de que se dé la oportunidad para venderse bien, la gran mayoría de personas asume que el decir *Yo Yo Yo Yo Yo* es una forma de diferenciarse.

Conocido como el *Síndrome de Julia Roberts*, las personas cometen el gravísimo error de solo hablar de sí mismos cuando lo realmente importante es demostrar que uno sabe dónde está parado. De aquí la lógica en Latinoamérica y la nueva ola horizontal que ayuda a que el estilo profesional sea asertivo,

pero donde son las relaciones con cierto matiz emocional las que ayudan a que la entrevista sea una nueva puerta de ingreso a la compañía.

La respuesta es compleja ya que tiene 2 partes. La primera es el protocolo y la segunda es la venta personal. De ésta última tenemos la parte pasional y la parte técnica. Podríamos empezar sonriendo con agradecimiento y cierto nivel de seriedad para mantener la cordura en el escenario.

PROTOCOLO:

“La verdad es que no tengo el gusto de conocer a los otros candidatos, ni tampoco sus competencias. No sabría decirle por qué NO los debería de elegir a ellos, pero sí sé por qué podría considerarme a mí”

En pocas palabras, No ellos pero yo sí, en un lenguaje adecuado y utilizando la palabra *podría* en vez de *debería* ya que estamos sugiriendo y no dando a entender qué es lo que ellos deberían de hacer. El detalle está en manejar y tener claro el prejuicio cultural existente, de aquí que podría sonar mejor a debería.

VENTA PERSONAL - PASIONAL

“Lo que pasa es que yo amo lo que hago, soy bueno en lo que hago, soy leal, proactivo y empático...trabajo bien en equipo y siempre voy a dar soluciones”

Suena muy agradable, pero hasta ese momento no se captó la atención ya que uno sigue hablando de uno. El atractivo es conocer la empresa donde uno está, y para ello debe de investigar qué hace la empresa, cuál es su modelo de negocio, cuál es su participación de mercado, qué vende, qué no vende, quiénes son sus competidores, en qué sector se encuentra, entre otros detalles; es decir, se debe investigar lo que sea posible de la empresa.

VENTA PERSONAL – TÉCNICA

“Además, he tenido la suerte de trabajar en/con diferentes modelos de negocio, y en cada modelo de negocio he tenido diferentes casos de éxito. Por lo que pude investigar, veo que su compañía tiene un modelo de negocio semejante/similar a XYZ, y es posible que ustedes tengan éste ABC caso, éste MNÑ caso y éste OPQ caso; y pienso que mi experiencia podría aportar valor a sus procesos y a sus resultados.”

Aquí el detalle está en que se deben de identificar en qué casos falla la empresa, pero expresarlo de forma positiva, vale decir, dar pie a las deficiencias de la empresa pero decir las en positivo para que los que escuchen no suban sus barreras/ mecanismos de defensa por una posible ofensa, sino que escuchen algo positivo pero que se tome como un momento de conciencia.

Por ejemplo, si sabemos que la empresa con un modelo de negocio Retail tiene grandes problemas en la gestión de abastecimientos, o en la formalidad de los contratos con

proveedores, o de repente con el servicio post venta, se podría expresar de esta forma:

“...Por lo que pude investigar, veo que su compañía tiene un modelo de negocio semejante/similar a un cluster funcional de servicios de abastecimiento de consumo minorista en categorías de productos de alta rotación, y es posible que ustedes manejen un buen sistema de abastecimientos por frecuencia de consumo, un buen sistema de gestión de proveedores por contratos y un buen seguimiento post venta con sus clientes finales; y pienso que mi experiencia podría aportar valor a sus procesos y resultados.”

Claro está que dependiendo del área a donde uno postule es donde mayor énfasis e investigación debe tener, pero éste ejemplo ayuda a explicar la lógica. También uno debe considerar no sonar ácido ya que puede herir susceptibilidades.

Es cuando uno va al nutricionista y éste en vez de decir *“Usted está con sobrepeso, se ve muy mal y va a tener serios problemas de salud”*, podría expresarse con un *“Gracias por la oportunidad, pienso que vamos a tener que manejar un programa intenso para eliminar aquello que nos sobra y mantener aquello que necesitamos. Pienso que juntos podríamos lograr llegar a nuestro objetivo si y solo si le ponemos ganas y disciplina, trabajemos en equipo y no lo decepcionare”*. De repente y la segunda idea traerá varios clientes al nutricionista.

A pesar que suene evidente, es una realidad, y no nos damos cuenta hasta después de la

entrevista el que tal vez hemos pecado de soberbios y no de asertivos.

Al final, uno expresa una secuencia del:

YO modesto, YO apasionado por mi trabajo, y el YO sé dónde estoy parado y qué necesitan.

Lo interesante del caso, es que uno proyecta que ya conoce la situación en donde uno está postulando, y eso permite, o proyecta que se asuma, que el candidato está predispuesto en hacer las cosas, que está interesado y que podría establecer relaciones sanas en el trabajo.

6. ¿Por qué NO debería de elegirte a ti y SI al resto de candidatos?

Definitivamente es una pregunta que hoy se utiliza para descartar a varios candidatos. Sirve para resaltar el ego o la falta de visión del ambiente del mismo candidato. Lo normal es que uno responda:

...Pero, es porque a ustedes les falta visión de un profesional adecuado...

...No entiendo, deberían de elegirme a mí, ¿qué clase de pregunta es ésta?...

...Lo único que se me ocurre es que ustedes no quieren generar valor...

...Lo único que se me ocurre es que no cumplo con los requisitos...

Y así uno va proyectando sus debilidades reales, y así es que el reclutador puede evidenciar el manejo de situaciones adversas de forma espontánea.

Sin embargo, la realidad es que lo que se busca es un candidato que proyecte un estándar de perfil, lo cual va más de la mano con la cultura de la empresa y la inteligencia social, que hoy en día resulta una competencia muy importante para manejarse con diferentes grupos interdisciplinarios y en espacial por los rangos de edad ya que debemos considerar (y aplaudir a los analistas) el que se tengan diferentes grupos:

- Baby Boomers: considerados como aquellos mayores a 50 años, aunque podríamos considerarlos también mayores a 43 años por las crisis homogéneas de la época.
- Generación X: aquellos entre los 32 a 43 años
- Generación Y ó Millennials: muy de moda, entre los 22 y 32 años
- Generación Z: los cibernéticos nativos menores a 22 años

Posiblemente exista un error en los rangos de edad, sin embargo debemos considerar que son aproximados y es información práctica para explicar el tema principal, el cual es la interpretación de la percepción de uno mismo en base a su experiencia y lo que ello representó en su mejor época.

Ahora bien, volviendo a la pregunta, lo ideal siempre es mostrarse sorprendido, de repente y proyectar una cara de sorpresa por 2 segundos, y luego girar la mirada diagonal hacia abajo sea izquierda o derecha, y asentar sobre que efectivamente es una pregunta nueva, y esperar 3 segundos, y luego de ello con un tono de voz sereno, una mirada sobria y con un gesto de tranquilidad expresar:

Por favor, no me elijan si la estructura de valores de la empresa NO es seria...

...No me elijan si no voy a poder desarrollarme en mi puesto, aprender de alguien o por lo menos enseñarle a alguien...

...No me elijan si me van a dar un exceso de trabas en el trabajo, porque soy de esas personas que les gusta empujar el carro para que las cosas ocurran...

...Si es así...Por favor no me elijan...

En este punto debemos bajar la mirada con gesto de vergüenza (una "u" hacia abajo en los labios cerrados y por 2 segundos), para luego levantar la mirada y expresar:

Pero por lo poco que pude averiguar de su compañía, y viendo que sí es interesante, me gustaría me permitan seguir participando en el proceso de selección...

Lo que ocurre en este caso es que a uno le dan una presión disosiativa, y por ello es que muchos candidatos no saben que responder y se ponen nerviosos. Lo que se debe hacer es proyectar un estándar indicando que para uno es muy importante que existan valores, seriedad, soporte e integridad. Y esto, al final, resulta como una imagen positiva ante el reclutador.

Continuará...



SANTIAGO PLAZA BATTISTINI
Gerente de Outplacement

☎ : +51 993 653 781
✉ : splaza@nextplacement.net
in : www.linkedin.com/in/santiagoplaza/
🌐 : www.recolocacionlaboral.pe
💻 : santiagoplazab1

Transformando el plan de capacitación

Es muy claro que la mayoría de la mediana y la gran empresa ya lo entendieron, no obstante la pequeña y la microempresa están muy atrasadas en el tema y eso las hace menos competitivas. Es necesario reconsiderar los planes de capacitación.

Hace tiempo que no voy a las compañías a dictar mis talleres de ventas, servicio al cliente o de habilidades blandas, sencillamente porque los procesos de capacitación llevan más de diez años transformándose y hoy son otra cosa, sobre todo entendiendo el relevo generacional. Al punto que tengo la impresión de que quienes todavía contratan “talleres” y “conferencias” están muy rezagados frente a la competencia.

Me reuní con un gerente comercial de una mediana empresa quien se quejó de que parte su función es capacitar a su personal, todos menores de 35 años y que era una tarea desgastante y dispendiosa, y aunque la compañía cuenta con una dirección encargada de los programas de formación, era difícil que cubriera a todas las áreas y además realizar un entrenamiento de personal comercial, con los criterios que se necesitan. Por eso, esta tarea se la dejaron a él y lo cierto es que se sentía muy insatisfecho. Sus funciones como gerente comercial, dedicado al negocio, no le permitían realizar un proceso formativo para su equipo, que además es relativamente numeroso.

Súmele a esto que cuando se contrata un taller o una conferencia, sobre todo los que tienen componentes lúdicos, se vuelven jornadas divertidas e informativas, pero que en realidad no se genera un real conocimiento, menos un entrenamiento, y

después de unos días, al personal, a pesar de lo “bueno que pasaron”, ya se le ha olvidado lo que se supone aprendieron.

Estas quejas no hicieron más que revelar la falta de actualización en los programas de formación de las empresas. Ya hay muchas que han avanzado en este tema, pero lamentablemente no es generalizado. Las compañías, sobre todo las pequeñas y medianas, que van vía a convertirse en verdaderas fuentes de riqueza, es porque han logrado consolidar entornos de aprendizaje empresarial permanente.

Cuando se lo dije este gerente comercial me miró como si estuviera loco. ¿Con qué tiempo y con qué presupuesto? – Me dijo – Estas dos variables y el hecho de que la rotación de personal hace que se pierdan las inversiones en formación, desestimula que se le ponga dinero a los planes de capacitación.

Otro par de razones que me demostraron que había una oportunidad para hablarle de cómo se están manejando los procesos formativos en las compañías que están evolucionando. Los mercados han cambiado, los clientes han cambiado, se habla de cuarta revolución industrial y de transformación digital, cómo no habría de transformarse el proceso de capacitación.

Primero, las generaciones de empleados han cambiado. Ahora, incluso el más retraído y corto de ideas, maneja un celular, sabe

navegar por Google, ve videos de Youtube, maneja redes sociales y aunque mantenga mucho trabajo, regularmente le saca tiempo a esto que ya hace parte de su vida.

Segundo, nadie, ni usted ni yo, queremos salirle a lo aburrido, nos gustan las cosas divertidas, es por eso que la lúdica se ha impuesto tanto. No obstante, hay un trecho muy ancho entre la lúdica y la gamificación. La lúdica es mero juego. Se compone un poco cuando hablamos de pedagogía lúdico constructivista de aprender haciendo y jugando, pero no nos podemos pasar la vida jugando. Ahí entra en acción la creación de espacios gamificados. La actividad diaria debe aportar a los procesos de aprendizaje y deben ser cómodos y divertidos.

Tercero, no todo son “talleres” y “conferencias”. No sólo son costosos sino poco efectivos. En cuanto a eso, tiene razón. Son altamente inefectivos sino hacen parte de un programa de formación continuo, lo que regularmente no sucede, pues esta continuidad es muy costosa, sino se tiene el conocimiento.

Cuarto, toda la formación, con las características de las personas de hoy, no debe, de ningún modo ser solamente presencial, debe estar acompañada en más de un ochenta por ciento de apoyo digital. Ya muchas grandes compañías han trabajado en constituir sus universidades y escuelas virtuales y eso da la impresión de que se trata de un camino en extremo costoso. Cualquier curso que le venden a Ecopetrol y a Bavaria es muy oneroso, pues a estas empresas les cobran hasta cien veces más lo que realmente valen las cosas.

Lo cierto es que algunas plataformas de educación virtual son gratuitas. Si se tiene un correo de Gmail, se tiene acceso a un canal de Youtube, gratis, las redes sociales, es otro complemento y si la compañía tiene sitio web, tiene todo para construir una Escuela Virtual propia a un bajo costo, en cuanto a la plataforma. Podría ser costoso en cuanto a los contenidos pues lo deseable es que los haga un experto, y aun así, con un celular con buena cámara o una cámara réflex digital, se pueden grabar buenos videos, con el mismo personal de la empresa.

Con una formación mínima, una persona puede construir toda una estrategia formativa para la empresa.

Todavía así, si es demasiado complejo para una organización, existen otras alternativas. Por ejemplo, nosotros mismos tenemos una plataforma colaborativa montada en un Moodle, en las que varias compañías tienen montados sus propios cursos de formación, contruidos con nuestra orientación. Otros tantos nos contrataron programas completos de formación básica a bajo costo por persona.

El gerente comercial me miró. Por supuesto, esto me gano por hablar demás. Él había pensado en contratarme un “taller” o una “conferencia” y claro, había cambiado de idea. Se acomodó y me pidió que le explicara todo, de nuevo y más despacio.

Bueno, existen unos pasos previos que son los normales y que todos debemos hacer:

- a) Realizar un inventario de talentos.
¿Qué saben hacer las personas más allá de sus funciones laborales?
- b) Medir la capacidad humana instalada.
¿Con el grupo humano que se tiene

realmente que objetivos puede alcanzar?

- c) Calcular cuáles son las capacidades que debe desarrollar el personal para cumplir los objetivos corporativos.
- d) Construir un plan que contemple la formación (competencias personales del ser) la capacitación (sobre el saber) y el entrenamiento (sobre el hacer)
- e) El plan debe contemplar herramientas didácticas de entorno: es decir, elementos físicos en los puestos de trabajo que refuercen los aprendizajes.
- f) El plan debe contemplar la formación y la capacitación que se deberá realizar desde los celulares o computadores y particularizado por individuo.
- g) El plan deberá contemplar los encuentros de entrenamiento y conclusión que se realizan al final de cada proceso de formación y capacitación. Estos son los talleres.
- h) El plan debe contemplar los indicadores de aprendizaje y desempeño individualizados y adecuados a los objetivos corporativos.

Esto implica:

- Promover el auto aprendizaje

Cuando en las compañías no se reconoce el esfuerzo que cada persona pone en su formación, poca cultura se generará. Si existe una variable que impacta directamente en la competitividad de las organizaciones es la capacidad de autoaprendizaje de su personal. La manera de promover esta competencia es mediante el seguimiento y el reconocimiento, individualizado.

- Descubrir ¿qué tiene de divertido trabajar en esta empresa?

Perdóneme que insista – le dije – lo que pasa es que la vida es tan corta, el capitalismo es tan salvaje que en realidad la mayoría de los seres humanos vivimos presos de un sistema estresante y depresivo. Vivir es costoso y complejo. Y si a esto le sumamos que tenemos que trabajar, se convierte en una esclavitud. No obstante, si el clima laboral y el trabajo en sí mismo es dinámico y divertido, se convertirá en una inspiración y nos animará a esforzarnos cada día.

- Entender de formación

Quizá este sea el punto más complejo, pues una cosa es tener el conocimiento y otra muy diferente saberlo transmitir y por supuesto, entender el proceso de enseñanza y aprendizaje. No obstante, no se necesita una carrera universitaria para hacerlo. Con unas nociones básicas se puede lograr. No estoy demeritando con esto a las personas que estudian para docencia, pero este es un espacio diferente e informal en el que pretendemos que una persona aprenda lo necesario para desempeñar una tarea.

- Plataforma virtual

Lo fantástico es que las plataformas y sus montajes hoy en día son tan amigables que realmente cualquiera lo puede hacer, en términos de construir. Realmente lo que se requiere es una estrategia educativa mediante la cual, con cinco o diez minutos diarios, a través de su celular, las personas puedan tener un proceso formativo. ***Un video, un documento de lectura, un requerimiento de producto y un test.*** No se requiere más. Claro que existen cualquier

cantidad de programas informáticos para construir material educativo, algunos son interactivos y estéticamente muy bellos, pero en realidad cumplen la misma función de lo básico para la transmisión de la información. Incluso, si no se cuenta con ningún tipo de plataforma, grabándose a usted mismo con su celular, con un buen contenido, puede realizar un buen proceso formativo. Lo más interesante aquí es el seguimiento y la verificación del aprendizaje.

- Talleres de práctica

No todo se puede aprender desde la virtualidad, se requiere la práctica y para esto se requiere, organización, espacio, logística, y es ideal contar con un experto que esté enterado del proceso y realice talleres de práctica y de conclusión.

Por supuesto, es aquí en donde en realidad están los mayores costos, pero como todo en la capacitación, es más costoso no hacerla y más cuando la mayoría de las empresas en el mundo están avanzando en la incorporación de las nuevas tecnologías para la construcción de organizaciones que aprenden.

Si abandonamos el miedo a la educación virtual, creamos procesos en los cuales, el espacio de trabajo aporte a la formación, creamos programas en los cuales un empleado o trabajador, desde su móvil o computador, pueda aprender sobre algún tema, todos los días, cinco o diez minutos. Y ahí sí, el gerente comercial, en su función de entrenamiento de su personal, puede lograr resultados superlativos con su gente. 

Entrenamos a sus grupos directivos

Programa de Entrenamiento Integral de Directivos

Diplomado Virtual 120 horas

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



Escueladegerentes.com

Si su empresa lo desea, este servicio se presta bajo confidencialidad

**¿Aceptaría usted
el reto de ser feliz?**

El extranjero de Camus, una entrega total al devenir sin protagonismo.

Iván Darío Muñoz Uribe

La existencia precede a la esencia, ese postulado o pilar fundamental del existencialismo, bandera llevada en alto por Sartre, el gran pope del tema, parece recorrer de principio a fin las páginas de la novela El extranjero. Esa primera frase “Hoy ha muerto mamá, o quizás fue ayer” describe la oquedad del alma del narrador, Meursault, que parece concebir el parentesco con su propia madre como un acto azaroso y que no proporciona o establece un lazo de sangre, algo afectivo e indestructible.

Simplemente ha muerto un ser y a él se lo han comunicado.

Meursault se deja llevar, acude a la casa de su conocido Raimundo, come y bebe con él, oye distraídamente su versión de la pelea con un árabe, hermano de la amante de Raimundo.

¿Qué le importa a ese desarraigado narrador que su compañero de merienda haya golpeado a la hermana del árabe? ¿Importa incluso que unos sean árabes y otros franceses? “Cochino, carroña” le grita un viejo a su perro y eso tampoco importa.

Ignorar a los demás y no meterse con ellos, no libra a una persona de la intromisión ajena en los más simples de sus actos. Meursault no quiere mirar el cadáver de su madre, en su lugar fuma un cigarrillo y bebe un café con leche, esa decisión simple y desligada de cualquier ley terrenal, es guardada mentalmente por fichas humanas que, increíblemente, pueden tener injerencia en el destino final de quien la toma.

Cuando todo se deja al azar, cuando el individuo se entrega al oleaje de la vida o se aviene a los remezones de otros que sí toman decisiones, un arma de fuego puede terminar en un bolsillo, y luego ser desenfundada y disparada por simple reacción ante la impertinencia de un buscapleitos, que ciega momentáneamente la vista de otro hombre con el resplandor de la hoja de una navaja expuesta al reflejo del sol.

Ni el crucifijo que un juez le enrostra acompañado por el argumento de que su propia vida, la del juez, carecería de sentido si Dios no existiera, ni la alusión del fiscal a su falta de alma por no haber llorado en el entierro de la mamá, ni la mirada de María, su amante que está en el juicio, hacen que el acusado reaccione tratando de evitar su sentencia de muerte, declara que disparó por causa del sol.

La desesperanza del personaje se acrecienta mientras espera en la cárcel su sentencia, pasa por la ignominiosa experiencia de la visita de María, que se reduce a una fila de prisioneros separados de sus visitantes por un caño; todos gritan al tiempo y tratan de escuchar las palabras de su ser querido entremezcladas con los gritos que comunican muchas angustias

ajenas, sólo queda la humillación y la desolación después de esas visitas dolorosas y desprovistas de intimidad.

El libro no deja descanso al protagonista ni al lector, no se resuelve nada, Meursault queda a la espera de la fecha de su ejecución, adquiere hábitos animalescos, duerme de día y pasa las noches en vela esperando escuchar los pasos que se acerquen para llevarlo al patíbulo, impresionantes son sus jadeos perrunos pegado a la puerta de su celda queriendo evitar ser sorprendido por el guardián que lo quiera llevar a la separación definitiva entre su cabeza y su atormentado cuerpo.

Al lector no le queda ni la esperanza de la apelación que quizás el mismo Meursault haya arruinado al momento de agarrar por el cuello al capellán que se ha metido en su celda luego de dos intentos fallidos.

39

unirlandesyunmason@gmail.com



Una visión diferente...

Un proceso paso a paso...

Una oportunidad para entender...

Y una oportunidad para cambiar su vida.

¡Actúe ahora!