



La industria de la ciberseguridad  
en América Latina necesita talento femenino

Mujer, una palabra potenciada  
en el sector TIC y en la nueva realidad

El futuro de la ciencia  
está en nuestras niñas

Conviértete en el mejor gerente

Razones para decidir crear una franquicia

Colombianos consumirán en 2021  
más productos sostenibles y con  
tecnología consciente

**Sin jefes, ni horarios...  
modelo freelance está en auge**

# La ética del estómago

¿Firma Digital? Un  
dolor de cabeza para  
muchos

Infraestructura de  
Telecomunicaciones:  
Tendencias 2021

Cómo tener su propia  
Escuela de Ventas y  
Servicio

# Para empresarios competitivos



2

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

## Contenido

Conviértete en el mejor gerente .....	3
Razones para decidir crear una franquicia.....	5
Colombianos consumirán en 2021 más productos sostenibles y con tecnología consciente .....	7
¿Firma Digital? Un dolor de cabeza para muchos .....	9
Sin jefes, ni horarios modelo freelance está en auge .....	11
Infraestructura de Telecomunicaciones: Tendencias 2021 .....	14
La industria de la ciberseguridad en América Latina necesita talento femenino .....	16
Mujer, una palabra potenciada en el sector TIC y en la nueva realidad .....	18
El futuro de la ciencia está en nuestras niñas.....	20
Cómo tener su propia Escuela de Ventas y Servicio .....	22
La ética del estómago .....	27
Destino.....	34

## Conviértete en el mejor gerente.

Justo en una situación tan compleja como la que acabamos de vivir, nos encontramos con las consecuencias de liderar las compañías como comerciantes y no como verdaderos gerentes. En un país con cerca de tres millones de pequeñas empresas, se calcula que más del 70 por ciento son gerenciadas por sus propios dueños. Sucede porque regularmente en nuestro país el emprendimiento y la creación de empresa, desde la base, es una respuesta al desempleo y no porque se tengan las habilidades necesarias para liderar una organización.

Las decisiones que toma un comerciante son muy diferentes de las decisiones que toma un gerente. El comerciante se concentra en la venta diaria a como dé lugar. El gerente se concentra en la resolución de las restricciones que le impiden a la compañía consolidarse y crecer. Un ejemplo, para un gerente si su compañía es de exportaciones evite ponerla en las montañas, la ubica en una zona franca al lado de un puerto o un aeropuerto de carga. Claro, todo tiene sus consideraciones pero esas decisiones estratégicas demuestran el talento gerencial. A un comerciante le importa las cifras de venta cada mes, al gerente le importa la rentabilidad y el incremento de valor de empresa. Se dará cuenta de que usted es un comerciante si no comprende el concepto de valor de empresa.

Para el comerciante, su personal es un "recurso humano" las personas hacen parte de un engranaje en el cual cada quien cumple su función y de acuerdo a esto se le mide el desempeño, contrata a su personal comercial con pidiendo años de experiencia sólo para aprovecharse de sus bases de datos. En realidad en las ventas no se requiere experiencia sino competencias personales. Al gerente le importa el "talento humano" en el cual a las personas no se les mira su historia sino su potencial y la compañía se diseña como una organización que se desarrolla y aprende para fortalecer las capacidades actuales y construir capacidades futuras.

Mientras se "esté vendiendo" al comerciante no le importa la innovación. El gerente comprende que sin innovación y desarrollo, el ciclo de vida corporativo es de corto aliento.

Cerca de tres millones de gerentes de pequeñas empresas. Más de cinco millones de propietarios de micronegocios y un poco más de ocho millones de independientes, representan el setenta por ciento de la población económicamente activa del país y, como característica, muy pocos se prepararon para ser gerentes. Me atrevo a especular, debido a la evidencia, que la mayoría son comerciantes. Esa evidencia son la cantidad de empresas y negocios que desaparecieron durante la pandemia y, con seguridad, la causa no fue el virus sino la poca habilidad gerencial.

Analice estos síntomas. Si su compañía tiene problemas de ventas, problemas de comunicación y problemas de competitividad. Si tiene de una mediana a una alta rotación de personal y los compradores compran una vez no regresan, el problema no es la empresa, el problema es el gerente. Todos los años llueve, si usted se inunda, la primera vez la causa es el clima, la segunda vez, es su incompetencia. Afortunadamente en Colombia, la Mesa Sectorial de Dirección y Gerencia, promovida por el Servicio Nacional de Aprendizaje, está trabajando en una trazabilidad de formación competitiva que permita identificar y encausar un perfil gerencial con estándares internacionales. Así que, independiente de su nivel: emprendedor, empresario pyme, profesional independiente o propietario de micronegocios, pronto no habrá excusa para no ser el mejor gerente que se pueda ser.

G. M. Wilson



Taller Digital es una comunidad virtual con información y cursos de mecánica automotriz, desde cero, al alcance de todos, y paso a paso.

Te invito a hacer parte de ella, contáctanos y déjanos tus comentarios, sugerencias e inquietudes:

**Email:** [bull.stage21@gmail.com](mailto:bull.stage21@gmail.com)

**YouTube:** <https://www.youtube.com/channel/UCyIb0k9k7aa38hTqJFp4Hw>

**Facebook Taller digital:** <https://www.facebook.com/Taller-Digital-108858507648578/>

**Facebook Bull Stage Audio:** <https://www.facebook.com/BULL-STAGE-AUDIO-100400948506813>

**Instagram:** @bull\_stage\_audio [https://www.instagram.com/bull\\_stage\\_audio/](https://www.instagram.com/bull_stage_audio/)

Si no sabes que es Taller Digital, no dejes de ver el siguiente video: ¿QUÉ ES TALLER DIGITAL?  
- <https://youtu.be/r8Cb-v5QrMk>

Nos veremos pronto en TALLER DIGITAL, donde TÚ tienes el CONTROL...

## Razones para decidir crear una franquicia

Aquí algunas de las razones por las cuales es el momento indicado para establecer una franquicia

- **Deseas ampliar tu negocio, pero no quieres hacer sólo la inversión**

Quieres que tu negocio crezca llegue a otras zonas o logre más ventas, pero no tienes o no quieres hacer la inversión solo pero tampoco quieres una sociedad tradicional, esto abre la puerta a que el modelo que puedes establecer es una franquicia ya que te permite tener el control del negocio compartiendo la inversión, quien desee hacer parte de tu negocio deberá realizar la inversión en el nuevo punto, en inventario y en todos los aspectos que le dan identidad a tu marca.

- **Tienes un negocio validado y que está funcionando**

Este punto es muy importante tu negocio de manera recomendable debe tener al menos de 3 a 5 años y debe estar generando utilidades, debes poder demostrar todo su funcionamiento, tener proveedores regulares con buenas negociaciones, con sistema contable fiable y con toda la documentación legal en regla ya que debes abrir las puertas para que los inversionistas llamado franquiciados vean todas las condiciones del negocio

- **Tienes una marca que está consolidada en tu sector y quieres aumentar su exposición**

En este ítem debes tener una marca conocida, que tenga una identificación por parte de tu mercado así sea zonal, local o regionalmente, que tenga buena relación con el mercado que estás atendiendo y ellos deben mostrar una preferencia hacia ella.

- **Cuentas con un sistema controlado que te permitiría evaluar, apoyar y controlar al franquiciado**



Aquí debes tener en cuenta que tu debes tener un sistema que te permita tomar decisiones del negocio, inicialmente del tuyo, cuando realizar ofertas, debes tener la base de datos de tus clientes, relación con ellos y tener clara la información contable y de inventarios del mismo, cuanto vendes, de que productos, cuántas unidades, en que periodos de tiempo, cuando conoces toda esta información puede ser el momento indicado para tener un nuevo punto de venta y poder extender todo la metodología que ya tienes.

- **Tienes un buen margen de utilidad**

Debes tener un buen margen de utilidad, dado que cuando estableces una franquicia compartes esa utilidad que ya tienes y mejoras otros indicadores como son margen de negociación con proveedores al aumentar la cantidad y frecuencia de tus pedidos, pero si o si debes compartir el margen del nuevo punto de venta que vas a establecer con quien realizara la inversión.

- **Deseo de crecer, compartir tus utilidades, pero también aumentar tus ingresos**

Debes tener la visión de crecer, de aumentar tus posibilidades, de aumentar tus ingresos, ya que un nuevo punto de venta generar una fuente de ingresos residual al punto de venta que ya tienes, pero para que ello se de también debes hacer inversiones como son capacitación, formación de nuevo personal, apoyo al franquiciado que ingreso, extensión de tus sistemas contable, adquisición de nuevas licencias, etc. Pero esta inversión la recuperaras en el tiempo y con creces si haces muy buena labor de apoyo e información al nuevo inversionista.

**Carlos E. Roa Cuesta**

ceo@tangramcolombia.co

tangramcolombia.co



**Una visión diferente...**

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

**Una oportunidad para entender...**

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

**¡Actúe ahora!**

**Valor: 35.000**

**Libro en pdf**

Pídalo en [estilogerencial@une.net.co](mailto:estilogerencial@une.net.co)

## Colombianos consumirán en 2021 más productos sostenibles y con tecnología consciente

- *Dentro de los factores de decisión de compra del consumidor, el impacto sostenible y la contribución a la calidad de vida son aspectos que toman cada vez más relevancia a la hora de adquirir un producto.*
- *La conciencia verde y el consumo sostenible hace parte de las transformaciones que se vienen imponiendo desde hace varios años en la mentalidad de las personas.*
- *mabe, compañía líder en la fabricación de electrodomésticos, está volcando gran parte de su apuesta en Colombia a incorporar tecnología consciente en sus productos, con miras a generar ventajas competitivas y ofrecer soluciones con propósito para el consumidor colombiano.*

7

**S**i bien el consumidor ha variado notablemente algunos de sus comportamientos en los últimos años, motivados por la avalancha de información a la que tiene acceso y por un cambio de mentalidad, el contexto mundial ha acelerado notablemente esas transformaciones, dentro de las que se destaca el posicionamiento de una conciencia más sostenible y responsable.

Estas tendencias presentan una oportunidad única para continuar fortaleciendo la posición de liderazgo para mabe. Desde hace ya algunos años, la marca impulsa el desarrollo de productos que buscan impactar tres aspectos clave, el uso eficiente de los recursos, el fomento de la innovación y el valor agregado que permita mejorar la calidad de vida de los usuarios al ofrecer soluciones que se adecuen a las cambiantes necesidades de sus consumidores.

Recientemente, Euromonitor International dio a conocer una investigación en la que planteó 10 grandes tendencias en torno al consumidor para este año. Una de ellas está relacionada precisamente con algo que generó la pandemia y es una mayor inclinación por valorar aquellas marcas que se muestran más empáticas y con un espíritu solidario. Hoy en día ese concepto de conciencia sostenible toma mayor relevancia porque las personas esperan reconstruir el mundo y esperan que las organizaciones aporten desde su core de negocio y se vuelvan aliados.

*“El consumidor actual no solo busca productos tecnológicos, con diseño y funcionalidades, sino que también incluye dentro de sus factores de decisión de compra alternativas que contribuyan de manera positiva al medio ambiente y a su calidad de vida. Esto es algo que se ve en el mundo desde hace varios años y que en Colombia ha tomado mucha fuerza, pero no vemos que sea algo generado solamente por la pandemia y que pase una vez cambie todo. Esta es una tendencia que se quedará en el mediano y largo plazo, por lo que como marca asumimos un rol de agente social, desde donde podamos aportar soluciones con propósito y encaminadas a llevarles productos que les genere valor a esos estilos de vida sostenibles”, señala **Andrés Santana, Gerente Sustentabilidad Ambiental Andino para mabe.***

De hecho, hace unos años, según revelaba el Global Sustainable Shoppers Report, realizado por Nielsen, Colombia se posicionaba como uno de los países del mundo en el que las personas demandan mayor gestión sostenible por parte de las empresas. De las 64 naciones en las que se aplicó el estudio, el país fue el segundo en el ranking, después de India, ya que el 96% de los encuestados manifestó querer productos más amigables con el medio ambiente.

Ese paso de consumidor tradicional a ciudadano consciente está llevando a que se fomente el activismo de marca, entendido como el movimiento a través del cual estas organizaciones pueden asumir un rol más activo, en términos sociales, y diseñar productos que no solo generen utilidades, sino que tengan también un impacto sostenible y una contribución a la calidad de vida de las personas.

Ante estos cambios en las conductas del consumidor, mabe se encuentra en una posición favorable ya que su estrategia de Sustentabilidad Corporativa está orientada al constante fomento de la innovación y al valor agregado de sus productos como promotores que permiten adaptarse de manera continua al siempre cambiante entorno para así alcanzar un equilibrio social, económico y ambiental en sus consumidores.

Por ejemplo, según datos de la compañía, una persona puede gastar hasta 200 litros de agua por lavada, por lo que crearon una innovación llamada *Tecnología Aqua Saver Green* que permite reducir hasta un 76%\* el consumo de agua en cada lavada. Es decir, lo que una persona ahorra en un año, equivale a lo que se tomaría en 40 años. Así mismo, cuentan con desarrollos que facilitan ahorrar hasta un 55%\* de energía y que incorporan patrones de funcionamiento inteligente y cómodos de usar, que les dan a los consumidores no solamente la opción de ser más conscientes del ahorro para la economía del hogar sino también, conscientes del impacto que sus decisiones de consumo tienen sobre el cuidado del planeta.

*“Adicional a esto, recientemente lanzamos al mercado Centros de Lavado y Lavadoras Automáticas que incorporan en sus programas, ciclos de sanitizado para las prendas de vestir que garantizan la eliminación hasta en un 99% de virus y bacterias, y resulta una solución muy oportuna para la coyuntura y el autocuidado en el hogar. De esta manera, le estamos apostando al mercado colombiano con un enfoque apalancado en la tecnología consciente y sostenible, respondiendo a los nuevos patrones de consumo, pero, sobre todo, a nuestra intención de generar soluciones con propósito social”,* concluye **David Morales, Gerente de producto Andino lavado para mabe.**

**Larissa Tovar Jiménez**  
bcw | burson cohn & wolfe  
larissa.tovar@bcw-global.com  
(+57) 300 2738402



## ¿Firma Digital? Un dolor de cabeza para muchos

*Dadas las nuevas condiciones laborales en el último año y la optimización de tiempos y espacios, la digitalización ha encaminado todo a una transformación acelerada y obligada para algunas compañías y entidades, .*



### Miltón Quiroga gerente general de CyTe

**G**racias a todos estos cambios ha sido necesario actualizar mecanismos de autenticación e integridad de la información, por eso la legislación empezó a admitir firmas digitales y firmas electrónicas aparte de las firmas manuscritas, sin embargo, aún se ven dificultades en algunos procesos y en algunas entidades, como lo son las notarías que que día a día gestionan cientos de documentos asociados a trámites legales que van desde lo corporativo a transacciones entre personas.

9

Con el fin de que la firma digital no sea un dolor de cabeza para entidades y compañías CyTe, compañía especializada en criptografía y seguridad de la información comparte estas cinco recomendaciones:

1. Determine si el mecanismo de firma que requiere digital o electrónica de la mano de una asesoría legal.
2. Si sus procesos (nómina, certificados) requieren firma digital, lo debe hacer de la mano de expertos en seguridad, que le brinden asesoría.
3. La firma digital no es una bala de plata de seguridad, debe revisar el proceso que desea asegurar para detectar puntos vulnerables (tecnológicos y de personal).
4. Hacer un diagrama de flujo o documentación del proceso donde quiere aplicar firma digital le permitirá analizar en qué puntos la información a proteger está desprotegida, y podrá analizar si la firma digital es suficiente para protegerla o si necesita hacer cifrado de información y aplicar otros controles.
5. Si va a hacer uso de firma digital, recuerde que no solo basta con realizar bien la firma, sino que debe educar a los participantes del proceso para que sepan verificar bien los documentos firmados.

Es tiempo de permitir tanto en entidades gubernamentales como en empresas, opciones digitales que llevarán a una evolución de los procesos, de esta manera se disminuirá

notablemente la presencialidad que desacelera la productividad y competitividad en momentos en que la reactivación económica es vital.

Las entidades como la Superintendencia de Notariado y Registro tienen un gran reto para empezar a evolucionar sus procesos de notariado público para permitir opciones digitales, en reemplazo de los engorrosos procesos presenciales de tener que ir a una notaría para hacer una fila de pago y luego esperar en sitio a que un notario ponga un sello.

Existen muchos vacíos con respecto a la validez de una firma digital y su diferencia con una firma electrónica, es por esta razón que **Miltón Quiroga gerente general de CyTe**, empresa especializada en criptografía, hace la diferencia entre las dos:

10

**La firma digital** está hecha con algoritmos criptográficos seguros, y requiere software con capacidades criptográficas para elaborar y verificar dichas firmas; es un valor numérico que se adhiere a un mensaje de datos y permite determinar que este valor se ha obtenido exclusivamente y que el mensaje inicial no ha sido modificado después de efectuada la transformación.

**Una firma electrónica** es un concepto más genérico, en el cual se pueden contemplar diferentes opciones de autenticación como lo firma manuscrita escaneada (imprimir un documento, marcarlo con esfero, y luego escanearlo), claves personales como el pin de la tarjeta, o aspectos biométricos como la huella digital, la voz (como cuando contratamos servicios públicos por teléfono), o el rostro. En este aspecto, dependiendo del nivel de seguridad requerido y de la sensibilidad del proceso que se quiera proteger, en algunos casos basta con aplicar un mecanismo de firma electrónica, mientras que para otros procesos más sensibles será necesario invertir en una firma digital.

### efe Concepto Lab

Viviana Martínez: 3004848362

Liliana Lozano Almario: 311 2514807

Los buenos vendedores vamos a CINE

<https://www.youtube.com/watch?v=xrbgIYnWLQk>

Taller de formación indoor o en línea



60% de los créditos desembolsados en ExcelCredit en 2020 fueron por asesores freelancers

## Sin jefes, ni horarios modelo freelance está en auge

- El estudio de apropiación digital realizado por el Centro Nacional de Consultoría demostró que en los primeros 10 meses de la pandemia, los colombianos avanzaron en habilidades digitales lo que se habría proyectado para un periodo de 20 años.
- En enero de 2021, según el DANE, la tasa de desempleo a nivel nacional fue 17,3% lo que significa un aumento de 4.3% respecto a enero (13%) de 2020.
- De acuerdo con la Consejería Presidencial para la transformación digital, en 2020 las transacciones digitales representaron un incremento superior al 160%, las cuales fueron una gran oportunidad para personas independientes y freelancers.
- Un estudio de bienestar financiero en Colombia publicado por Mercer, reveló que cerca del 54% de la población de trabajadores (empleados e independientes) siente algún grado de estrés por su situación financiera actual.

11



### Jonathan Mishaan

CEO de ExcelCredit.

Según las estadísticas de la reconocida Fintech ExcelCredit en 2020, 60% de los créditos desembolsados fueron gestionados por asesores freelance y durante enero de 2021, el porcentaje aumentó 2 puntos, llegando al 62%. Una cifra que deja en evidencia la fuerza que ha tomado el modelo freelance a raíz de la pandemia y su impacto en el mercado laboral vital para la reactivación económica.

“El emprendimiento representa grandes retos a nivel nacional, así que cumpliendo con nuestra misión de brindar segundas oportunidades, hemos creado un semillero de asesores freelancers, para quienes diseñamos un novedoso modelo de capacitación gratuito y en línea que le permite a cientos de colombianos sin formación profesional, pensionados, amas de casa, universarios,

destacados profesionales que se quedaron sin empleo durante la pandemia, dos grandes beneficios. El primero, formarse en un segmento en auge como son las fintech. El segundo, generar ingresos para sus hogares en un modelo flexible”, asegura Jonathan Mishaan CEO de ExcelCredit.

Al revisar los datos demográficos de los asesores freelancers es posible detectar el amplio universo de perfiles para quienes en la actual situación económica del país, este modelo de trabajo se

convierte en una solución atractiva, rentable y flexible ante la necesidad de estar en casa con los niños, abuelos o personas y labores a cargo.

En cuanto a la edad promedio de esta fuerza laboral, el listado lo encabezan con el 44% personas entre 31 a 40 años, 23% entre 41 a 50 años, 20% entre 20 a 30 años, 11% entre 51 a 60 años y 2% mayores de 61 años.

En cuanto al promedio de los ingresos mensuales de un asesor freelance las cifras de ExcelCredit revelan que con una gestión promedio puede tener ingresos de 2 millones y con una gestión dedicada hasta de 15 millones mensuales.

En ese proceso de capacitación un componente vital ha sido el uso de la tecnología que precisamente es el gran diferencial de las fintech que unen lo mejor del mundo financiero con la innovación tecnológica, por lo cual, el entrenamiento que es gratuito empieza en el formato de conexión remota y al final incluye amplios espacios de practica para hacer que la experiencia en el modelo freelance sea productiva y ofrezca estabilidad, teniendo en cuenta que el desempleo se ha incrementado por cuenta de la pandemia y alcanzo un 17,3% en el primer mes del año.

“La innovación tecnológica es el eje de las Fintech, por tanto es la base de la forma en la que prestamos nuestros servicios, del desarrollo de nuevos modelos de negocio, de nuestra forma de ampliar la cobertura a nivel nacional, de ofrecer opciones laborales, de mejorar nuestra eficiencia operacional en términos de tiempo, y desarrollar experiencias ágiles para el usuario”, afirma Mishaan.

### **Así es el entrenamiento para convertirse gratis en asesor freelance**

Esta oportunidad laboral abierta a múltiples perfiles de edad, nivel de escolaridad, ubicación geográfica, profesión que ofrece ExcelCredit comienza con un entrenamiento virtual a través de una plataforma especializada en el fortalecimiento de competencias que dura 15 días.

Posteriormente, cada participante tiene la oportunidad de aplicar el conocimiento adquirido en los puntos de atención al cliente con el acompañamiento de colaboradores de la Fintech con el respectivo apoyo económico para su movilización y conectividad.

La formación está organizada en módulos y enfocada en fortalecer conocimientos en:

- Competencias operativas y estratégicas.
- Acceso a las últimas herramientas y tendencias en el cierre de ventas.
- Aspectos básicos para la evaluación de viabilidad de un préstamo que permiten interpretar un reporte negativo de centrales de riesgos y realizar los cálculos de capacidad de pago del aspirante a un crédito con la Fintech.
- Finanzas personales, para ser un emprendedor exitoso y tener unas finanzas saludables.
- Conocer detalles operativos de cada estado en la radicación de una solicitud de crédito.

Los interesados en aplicar al programa deben enviar su hoja de vida al correo [seleccion@excelcredit.co](mailto:seleccion@excelcredit.co) y en caso de ser preseleccionados adjuntar la documentación correspondiente y presentar la entrevista.

## Reactivación económica con el modelo freelance

“Llevo 2 años como asesor freelance en la Fintech, estoy muy agradecida por la oportunidad y todo lo aprendido, definitivamente a ojo cerrado recomiendo ser parte de este equipo de trabajo para que cada colombiano vea como sí es posible realizar sus sueños mientras ayudamos a construir el de los demás”. asegura Yolima Rincón, asesora freelance radicada en Bogotá

Liliana Bocanegra es asesor freelance de Ibagué y su historia en ExcelCredit es de crecimiento económico. “He construido para mi y mi familia un bienestar económico saliendo de deudas y adquiriendo otros activos estoy orgullosa del trabajo que realizo día a día”.

“He logrado materializar muchos de mis sueños, entre ellos tener casa y carro propio, pero más importante tener una buena calidad de vida de la mano de mi crecimiento laboral. Se que voy a crecer mucho acá. Agradezco por la oportunidad de entrenarme como asesor freelance”, asegura Ingrid Aparicio, asesora freelance radicada en Bogotá

Aunque el modelo freelance en ExcelCredit tomó gran fuerza desde el 2019 y se fortaleció en el 2020 por la pandemia como una forma de sortear las limitaciones de movilidad y cumplir con el aislamiento, el programa nació en 2014 y tenemos casos de éxito como el de una asesora bogotana que al evidenciar las ventajas de este modelo decidió montar su propia empresa de asesores financieros y hoy cuenta con un equipo de más de 50 personas que apoyan su gestión y generan ingresos permanentes.

## 5 razones del auge de este modelo freelance

1. Apoya la reactivación de la economía del país porque es una alternativa de fuente de ingresos para muchas familias
2. Ante el reto de generar ingresos y cumplir con las tareas domésticas de forma simultánea se convierte en una excelente alternativa laboral para miles de personas que cuidan en casa a sus hijos o adultos mayores y que incluso tienen condiciones de salud específicas.
3. Ante las actuales cifras de desempleo para miles de colombianos con una amplia formación o que por el contrario carecen de ella se convierte en una segunda oportunidad
4. Facilita la generación de ingresos para personas que prefieren ser independientes y manejar su propio tiempo y espacio para el desarrollo de sus labores
5. Es un modelo colaborativo en el que existe un acuerdo que beneficia a ambas partes y por lo tanto es sostenible.



Angela Valiente  
32043582017

# Infraestructura de Telecomunicaciones: Tendencias 2021

*El 2020 fue un año complejo, con grandes retos, cambios y oportunidades. En toda la región, el principal obstáculo fue la gran contracción de algunos mercados importantes a causa de la pandemia. Las telecomunicaciones se han convertido rápidamente en una herramienta vital e indispensable para las sociedades actuales.*

**N**uevas soluciones para infraestructuras de telecomunicaciones son cada vez más necesarias para soportar las nuevas tecnologías y aplicaciones, algunas de éstas, ya forman parte de nuestra vida cotidiana en áreas como salud, seguridad, transporte, industria, entre otras. Todos los segmentos del mercado, como operadores de telecomunicaciones, ISPs y cooperativas se han enfrentado a grandes desafíos.

## Lo que se viene para el 2021

### Redes FTTx

Es de destacar el cambio de enfoque de las compañías de telecomunicaciones con tendencia a implementar cada vez más redes FTTx (Fiber to the X), siendo FTTH (Home), FTTB (Building) o FTTA (Apartment). Esto sin duda está relacionado a la necesidad de acceso a servicios de telecomunicaciones de calidad desde el hogar, donde se concentró gran parte del consumo durante los meses de aislamiento por la pandemia y podrán seguir por tiempo indeterminado.

Además, se destaca el cableado en barrios y zonas residenciales a lo largo de todo el territorio. También es importante mencionar que las áreas de salud y energía han requerido mejorar y agregar valor a su infraestructura de telecomunicaciones por su rol vital para la sociedad durante la pandemia y por su carácter de misión crítica.

Estas son las redes que han tenido el rol clave de soportar la evolución de la sociedad, la cual seguirá avanzando. Expandir las redes hoy en día es un gran reto fuera de las grandes ciudades, donde aún existen problemas de conexión, donde encontramos territorios y regiones que carecen de buena conectividad. Es necesario nivelar socialmente para que nadie se quede atrás



y poder implementar una sociedad 5.0, donde todo ser humano esté en el centro de las atenciones, y pueda tener acceso a las redes y a la comunicación.

## Tecnología 5G

Una de las grandes tendencias en el futuro cercano es la tecnología 5G, considerando su llegada y su impacto en la infraestructura existente. La tecnología 5G permitirá ampliar exponencialmente los puntos de conexión a más dispositivos que quizá no se encuentren físicamente al final de la red, sino que serán inalámbricos. Esta tecnología requerirá de una infraestructura adecuada de data centers, de antenas, de cableados y de backbones de fibra óptica dado que se espera que se multipliquen mucho más las redes y la infraestructura existente.

15

## Conexiones híbridas

Otra tendencia son las conexiones híbridas. Cada vez más se utilizan equipos híbridos que combinan conexión de red física con wi-fi, y esto ya lo detectamos en residencias o domicilios. Hay equipos en los que se prioriza el ancho de banda como cámaras de seguridad y vigilancia por ejemplo y otros que priorizan el alcance de cobertura cumpliendo bien su función con conexión inalámbrica. La convivencia de ambos tipos de conexión es una de las tendencias que llegó para quedarse.

En conclusión, la especialización y foco en los diversos segmentos, sus necesidades y oportunidades es fundamental para encarar un nuevo año. También el trabajo en equipo con los canales brindando apoyo logístico, operativo y comercial será clave para lograr el objetivo de alcanzar con servicio de telecomunicaciones de alta calidad a la mayor parte del territorio.

Lizeth Daza  
**Mazalán Comunicaciones**  
 +57 300 5385681  
 ldaza@mazalan.com



**¿Sabe usted qué es el  
 Psicomarketing?**

Escueladelservicio.com

## La industria de la ciberseguridad en América Latina necesita talento femenino

*Minimizar la brecha del conocimiento y aumentar la participación de las mujeres en la industria, son algunos de los retos a los que se enfrenta la región.*

Ciudadanos, empresas y gobiernos se enfrentan a amenazas cibernéticas cada vez más sofisticadas, buscando cada vez más capacidades de respuesta inmediatas para proteger la información. La llegada de la pandemia global por Covid-19 forzó a la transformación de la vida social y laboral tal como la conocíamos y a su vez ha sido un excelente “caldo de cultivo” para los delincuentes digitales.

16



De acuerdo con cifras de la Policía Nacional de Colombia, entre enero y julio de 2020 se reportaron 18 mil 809 incidentes cibernéticos, lo que representa un incremento del 60,3 % comparado con el mismo periodo de 2019. Si bien este incremento en los ataques del año 2020 se dieron al inicio de la pandemia, Trend Micro detectó casi 9 millones de ataques relacionados con COVID-19 en solo seis meses. El correo electrónico y sobre todo el spam representaron un 91,5 % de los casos.

Uno de los mayores retos que enfrenta la industria tecnológica, y específicamente la de ciberseguridad, es la escasez de recurso humano calificado. En un sector que a nivel mundial no logra cubrir la demanda de profesionales, se hace cada vez más necesario la presencia de talento femenino.

Según datos de la Organización de Estados Americanos (OEA), solo 11% de las mujeres que trabajan en la industria tecnológica se enfoca en ciberseguridad, y en Latinoamérica esta cifra



llega a 8%, y únicamente el 1% tiene cargos ejecutivos. Las mujeres están llamadas a aprovechar las grandes oportunidades de este sector de la economía.

### **Generación de espacios de educación y oportunidad laboral para las mujeres**

Desde Trend Micro, se impulsan varias iniciativas que hacen la diferencia y fomentan la participación de la mujer en carreras de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM), centrándose más en el campo de la ciberseguridad. Por ejemplo, se destaca el evento en asocio con la OEA, enfocado en las mujeres apasionadas por la tecnología y sobre todo por los temas de ciberseguridad, el ***OEA Cyberwomen Challenge***.

El objetivo principal de este *workshop* es apoyar y fortalecer las habilidades de las mujeres que ingresan o pertenecen a este sector, para que puedan robustecer sus estrategias de ciberseguridad por medio de discusiones críticas entre ingenieros que les permitan entender cómo operan los hackers, que buscan dentro de una red y cómo la infraestructura del centro de datos se puede ver afectada por estos ataques.

En la región existen otras iniciativas como ***Geek Girls LatAm***, una empresa social colombiana que inspira, empodera y conecta a niñas, jóvenes y mujeres de Latinoamérica, como agentes de cambio en el uso, apropiación y creación de tecnología. Esta iniciativa tiene como fin el de incrementar las oportunidades para todas y contribuir a la reducción de la brecha de género y las desigualdades sociales. Una iniciativa que ha logrado impactar a más de 1.850 niñas y mujeres.

Por su parte, el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones en Colombia, desde el año 2019 ha presentado ***Por TIC Mujer***, un proyecto que está enfocado en gestionar la promoción y el uso de las TIC a través del empoderamiento de mujeres de diferentes regiones, preferiblemente pertenecientes a organizaciones y/o redes de mujeres en el uso y apropiación de las TIC. En el 2020 este programa impactó a 17.500 beneficiarias y la meta para el 2021 es llegar 35.000.

Hoy las mujeres representan una pequeña parte de este sector, y es responsabilidad del sector educativo, entidades de gobierno y privadas, apoyar e impulsar las habilidades y conocimientos que el talento femenino le puede aportar al sector TIC.

La ciberseguridad es un terreno fértil para las mujeres, un campo retador a diario, el cual se presta para investigar, indagar, innovar y aportar estrategias para proteger los activos más valiosos del siglo XXI para una empresa, los datos.

Lizeth Daza  
Mazalán Comunicaciones  
+57 300 5385681  
ldaza@mazalan.com

## Mujer, una palabra potenciada en el sector TIC y en la nueva realidad

*Según el Banco Interamericano de Desarrollo -BID, en América Latina la industria del software empleará a más de 1,2 millones de programadores para el año 2025, segmento del que solo 7 de cada 1.000 mujeres colombianas hacen parte como creadoras de aplicaciones, software y videojuegos.*



### **María Fernanda Carbonell**

Directora de gestión humana de Digital Ware.

Cifras reveladas por un estudio de la compañía Crack The Code, indica que menos de un 30% de las mujeres trabajan en el sector tecnológico en Colombia. También afirma que la baja participación en el sector es producto de la brecha educativa, pues sólo dos de cada diez eligen estudiar una carrera relacionada con esta área debido a la poca orientación al respecto. A esto se suma que tan solo para el cuarto trimestre de 2020 el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE, registró que la tasa de desempleo para las mujeres fue más alto que el de los hombres, 18,7% y 10,2% respectivamente.

Aunque las cifras son poco alentadoras, el sector TIC y en especial la industria del software han venido trabajando en la inclusión del género femenino, reconociendo su habilidad y talento para desempeñarse en tareas de desarrollo, programación y liderazgo de equipos. Por ejemplo, 43% de los colaboradores de la compañía Digital Ware corresponde a mujeres, desempeñando roles en proyectos de tecnología e innovación para el sector público y privado, dirección de áreas y apoyo en asistencia.

“Hemos encontrado la necesidad de eliminar barreras de género, teniendo en cuenta que en el sector de tecnología hay un alto porcentaje de hombres que lideran las organizaciones y hacen parte de todos los ciclos de vida del negocio de TI. Ser mujer y liderar procesos en compañías de tecnología no solo es una novedad sino también un reto en el que trabajamos a diario para generar una mayor visibilidad de las grandes capacidades de liderazgo y pensamiento estratégico” afirma María Fernanda Carbonell, directora de gestión humana de Digital Ware.

A esto también se suma que mujeres de todas las generaciones se vieron enfrentadas a una realidad pandémica que potenció todos sus talentos, habilidades y las capacitó para desenvolverse en sus roles, como ellas que hacen parte de Digital Ware:

Yolanda Rueda, enfermera especialista en gerencia de servicios de salud, madre de un joven de 19 años, con quien pudo compartir mucho más tiempo entre cuarentenas y trabajo. Ella hace parte del equipo de KLINIC-HIS en Digital Ware, una de las soluciones más importantes de la compañía que han aportado

al avance tecnológico de clínicas y hospitales en Colombia, y ahora en Chile, trayendo consigo un reto grande en medio de la pandemia para esta profesional que desde la mirada de la enfermería lidera esta implementación.

Trabajar desde casa implicó hacer esfuerzos y negociaciones dentro del hogar para compartir tareas y seguir siendo productivas en sus campos laborales, como en el caso de Edna Alarcón, una ingeniera industrial que se desenvuelve como Consultor Senior en la vertical salud de la compañía y mamá de una niña de 4 años que busca explorar el mundo. Esta mujer no solo se dedicó al proyecto que está liderando y a manejar sus diferentes roles en casa, sino que apartó tiempo para seguirse formando académicamente para seguir poniendo un valor agregado a su profesión y a lo que hace dentro de Digital Ware.

Ser mamá también ha sido un desafío, y más cuando hay tres generaciones con diferencias notables de edad, esto pasa en la vida de Adriana Salas, coordinadora de producto de SEVEN-ERP en Digital Ware, quien ha tenido que enfrentarse a los dilemas de un hijo universitario, un niño en etapa escolar y un bebé, pero en medio de lo que podría ser una gran revolución decidió hacer una buena administración del tiempo y liderar su equipo para cumplir con cada requerimiento laboral. Para Carmen Roncería, quien ha hecho parte de la compañía por 25 años, ha podido ver cómo las mujeres han empezado a posicionarse en la industria del software desempeñando labores de desarrollo tecnológico. Así mismo, enfrentarse a la pandemia y a los cambios abruptos que trajo esta no fueron un dolor de cabeza, ya que siempre ha sido una aliada de la tecnología y de la oportunidad de trabajar desde casa.

En cuanto al liderazgo a nivel laboral en el sector TIC, las mujeres se han visto enfrentadas a asumir retos en el avance de la industria, a trabajar con personas más grandes y en su mayoría hombres quienes han visto a través de sus capacidades y conocimientos líderes competentes frente a una industria cada día más exigente. Esto lo ha vivido Elizabeth López, Coordinadora en KACTUS-HCM y una administradora de empresas especializada en Gestión Humana, quien con autoridad y usando estrategias de acercamiento con sus colaboradores ha hecho sinergia para trabajar de manera más humana aún estando en la virtualidad.

Las mujeres millennials también representan en el sector TIC la innovación y talento, y es que desde esa perspectiva han logrado abrirse camino sin necesidad de palancas, tal como lo ha hecho María Camila Bernal, una ingeniera industrial que decidió hacer inmersión en el campo de gestión y optimización de procesos integrado a las tecnologías de la información. En su paso por Digital Ware y con una carrera corta se identifica con el trabajo duro que le ha abierto camino en el mundo tecnológico y en el liderazgo en el desarrollo de uno de los productos más innovadores de la compañía, OPHELIA-SUITE. Para puntualizar, Andrea Bucheli Portilla, gerente de mercadeo de Digital Ware asegura al respecto de la participación de las mujeres en el sector TIC “creo que la mayor tara no está en el mundo laboral, sino en el ámbito educativo. En Colombia las carreras de ingeniería de sistemas o enfocadas en desarrollo de software son altamente atractivas para hombres, pero no para las mujeres jóvenes que están en proceso de decidir qué estudiar. La invitación es quitarle el tinte de género a las profesiones TIC, ya que son profesiones del presente y el futuro, y el motor de la Cuarta Revolución Industrial”.

**Efe Concepto Lab**

Alejandra Morales: 3156739271

Liliana Lozano Almario: 311 2514807

## El futuro de la ciencia está en nuestras niñas



### **Marcela Perilla, Vice President Andean and Distribution SOLA at Dell Technologies**

La conversación sobre la igualdad de género ha pasado a primer plano en los últimos años, provocando cambios frescos y positivos en múltiples industrias y fomentando una mayor conciencia sobre los prejuicios de género. Al mismo tiempo, los beneficios de promover la equidad entre hombres y mujeres se han hecho más visibles, por ejemplo, en las empresas donde se ha probado que practican una mayor diversidad en sus equipos de gestión han aumentado notoriamente su capacidad de innovación y como resultado obtuvieron un 19% más de ingresos que aquellas compañías que no lo son, según un estudio del Boston Consulting Group.

20

Entre las buenas prácticas que debemos concretar para alcanzar este objetivo está el ampliar la participación de más mujeres en iniciativas y proyectos de ciencia y tecnología a nivel corporativo, social y académico. En sencillo, necesitamos que más de ellas lleven sus ideas y puntos de vista a las aulas de carreras como ingeniería, computación o química; y más adelante las ejerzan en puestos de trabajo para los que se encuentran completamente preparadas, eventualmente ocupando puestos directivos.

Sin embargo, un estudio de PwC ha evidenciado que aún nos encontramos lejos de un número más equilibrado entre hombres y mujeres, dado que estas últimas aún representan solo el 32% de los graduados de STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas; por sus siglas en inglés) en todo el mundo; lo que sugiere que el grupo de talentos femeninos con educación en estas ramas es limitado y que dificulta la buena práctica de la igualdad.

En el contexto del Día Internacional de la Mujer y la Niña en la Ciencia que conmemoramos cada febrero, y el Día Internacional de la Mujer, que se celebra en Marzo, debemos recordar que depende de todos los que ya ocupamos un lugar en los salones de clase o en los puestos de trabajo, que cada mujer tenga la oportunidad de entrar en contacto con estas disciplinas, y que, si es de su interés, no solo tenga todas las puertas abiertas para estudiarlas y ejercerlas, sino que encuentre el soporte de sus pares para llevarlo a cabo.

Aquí es donde las compañías de tecnología, los centros de trabajo donde se hallará a las futuras egresadas de las carreras STEM, cobramos mayor protagonismo en hacer de esto una realidad en nuestras filas al compartir nuestro conocimiento de causa con instituciones que tengan llegada con este público. Podemos, por ejemplo, facilitar programas que se enfoquen activamente en hacer que las niñas generen interés en STEM. Está probado que ellas tienen un 18% más de probabilidades de mostrar interés en la informática a lo largo de la secundaria y la universidad si tienen experiencias previas en computación desde muy jóvenes, según un estudio de Accenture.

Si bien la industria tecnológica tiene múltiples oportunidades de mejora con la igualdad de género, también radica en ella, naturalmente, ser la fuerza impulsora de una verdadera transformación con ramificaciones para los sectores empresariales y la sociedad en general. Por ejemplo, en Dell hemos querido impulsar este cambio no solo comprometiéndonos a que la mitad de nuestros empleados sean mujeres para 2030; sino que, para ese mismo año, el 95% de nuestra gente este capacitada tanto en evitar como en combatir los prejuicios inconscientes y el acoso.

Recordemos que la tecnología no solo tiene el potencial de ser un instrumento por el cual nuestras vidas son más sencillas y eficientes, sino también más justas y equitativas.

**mazalan**  
comunicaciones  
Jenny Arias  
jarias@mazalan.com



**Una visión diferente...**

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

**Una oportunidad para entender...**

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

**¡Actúe ahora!**

**Valor: 35.000**

**Libro en pdf**

Pídalo en [estilogerencial@une.net.co](mailto:estilogerencial@une.net.co)

## Cómo tener su propia Escuela de Ventas y Servicio

Un importante gurú del mercadeo afirmó que los cargos de vendedores no deberían existir y que la necesidad de estos era inversamente proporcional a la capacidad estratégica de las compañías, es decir, entre menor sea la calidad del mercadeo más se requieren los vendedores. No obstante, los mercados no están tan evolucionados y a muchos de los clientes todavía les gusta que los atiendan.

**Por: G.M. Wilson**

ConsejeroGerencial.com

22

La tecnología ha cambiado radicalmente la forma de comprar y de vender. Más allá de las tiendas virtuales, las ventas por redes sociales, las aplicaciones, están los desarrollos para los puntos de venta y los dispositivos para la venta en los canales físicos; y todo esto ha sucedido en un periodo de transición en la que todavía existen aquellos gerentes que piensan en “vender” a costa de “lo que sea” y los gerentes que comprendieron que su función principal no es vender sino generar “rentabilidad”, construir riqueza y construir futuro.

### ¿Por qué le proponemos tener una Escuela de Ventas y de Servicio?

En este escenario, encontramos también a los subsecuentes vendedores. Los vendedores “entrones”, “dinámicos” “habladores” y “persuasivos” capaces de enredar una pestaña y de venderle un andén a un gamín. Encontramos a los vendedores técnicos, profesionales de todas las áreas, menos de las ventas, por ejemplo, contratan a un ingeniero químico para las ventas de farmacia o la visita médica, y suena muy lógico tener a un ingeniero electricista para vender servicios energéticos, aunque en realidad no sepan lo que es vender. Encontramos a los vendedores de Contac Center y a los vendedores de comercio electrónico; y, por último, están los vendedores de oficio, normalmente formados empíricamente y cuyo talento es en realidad las ventas. Estos últimos son exiguos. Todos estos casos constituyen una muy fuerte restricción a la competitividad de las compañías. Ninguno de ellos es, en realidad, un vendedor profesional.



Partamos por reconocer que en el país tenemos años de atraso en nuestro tejido empresarial. Significa que cada organización debe hacer un esfuerzo por ponerse a la vanguardia de su sector y eso incluye las mejores prácticas empresariales y comerciales. Para que un país en realidad evolucione, sus empresas deben evolucionar y nuestra realidad no es esa. A pesar de la tecnología, nuestras empresas, en su manera de funcionar, siguen perteneciendo a los siglos XVI al XIX, unas pocas operan como a principios del siglo XX, y son realmente escasas las empresas que funcionan como pertenecientes al siglo XXI. Para la muestra un botón: las máquinas pueden ser diferentes y modernas, y todavía así, una empresa de confecciones de nuestro país funciona igual que una empresa de confecciones de principios del siglo pasado en Estados Unidos. Estas brechas culturales representan otra muy fuerte restricción para la competitividad de las compañías. Sin importar la tecnología que se tenga, una empresa es un modelo de pensamiento que se inserta en un escenario mundial.

A diferencia de una Universidad Corporativa, que es integral y busca construir futuro, una Escuela Corporativa se concentra en las competencias, capacidades y habilidades, del presente, para obtener resultados sólidos en los estados financieros. Así las cosas, se pone en evidencia que es necesario trabajar, desde la perspectiva de la cultura y de los procesos de formación, la construcción de un escenario de aprendizaje organizacional para la competitividad, en el cual se articule el desarrollo organizacional con las mejores prácticas empresariales y comerciales, buscando alcanzar estándares internacionales. Estas Escuelas, regularmente, está dividida en tres áreas: Escuela de Líderes, Escuela de Ventas y Escuela de Logística y Operaciones. Siempre se debieran trabajar las tres a la vez, no obstante, si se ha de empezar por alguna, la Escuela de Ventas es ideal, pues está directamente de cara al cliente.

### **¿Cómo se plantea una Escuela de Ventas?**

En el mundo de los vendedores, existen dos modelos de pensamiento que normalmente no se mezclan. El primero se llama "Tropas de Ventas" y el segundo se llama "Venta Consultiva". Ambos modelos son válidos y se usan según las tácticas comerciales. Aunque, como es costumbre, terminamos tergiversando los conceptos.

Las "Tropas" o "Comandos" o "Equipos" de Ventas, como también se les conoce, concibe a los sujetos como un "recurso" que se articula en un "engranaje" y cumple una función operacional. Se caracterizan por tener una alta y rápida rotación y genera una muy regular reputación organizacional. Con algunas excepciones, es muy común encontrar en este renglón a los Contac Center, los vendedores de celulares, de servicio exequiales, de programas de inglés, de seguros, de programas vacacionales y colocadores de tarjetas de crédito, entre otros. Últimamente se ha acogido como moda llamarle "formador" a los supervisores de base de los grupos de "ataque" y el estilo de ventas, me atrevo a decir siempre, es a presión.

La venta consultiva se caracteriza porque los vendedores requieren más habilidades estratégicas, aunque también cumplen funciones operacionales. Deben conocer profundamente el mercado, conocer al cliente y su comportamiento, conocer el mercado del cliente y conocer su producto o servicio. Todo en ese orden, sin que ninguno sea menos

importante que el otro. En esta categoría entran los vendedores de tecnología, los vendedores empresariales e industriales, lo que llamamos canal institucional, los asesores de crédito, la visita médica, y, aunque parezca lo contrario, se incluyen el canal de Horeca, de almacén y el TAT. La razón es que son ventas que requieren un alto nivel de asesoría y el vendedor está “sólo” frente al cliente. Una variable que diferencia a ambos tipos de vendedores es que este último busca la retención, la recompra y la recomendación del cliente. Son ventas que van desde mediana a muy alta complejidad y la rotación de vendedores es relativamente menor.

Cada tipo de vendedor requiere un proceso formativo diferente y, según la línea que se escoja” la intensidad y el modelo pedagógico es diferente.

Dicho esto, en términos de estructura, el esquema es el mismo:

### Parte 1

- Se inicia por un “estado del arte” de la estrategia comercial de la organización y de las características del mercado, buscando establecer los factores clave de éxito y el alcance de los resultados de la empresa en ese mercado.
- Se realiza un rastreo de estándares internacionales de Buenas Prácticas Comerciales.
- Se establece un “estado del arte” de la cultura organizacional.
- Se establece un “estado del arte” de la realidad de las diferentes jerarquías de la estructura de ventas: supervisores, jefes, directores y gerentes.
- Se establece un “estado del arte” de las actuales competencias, capacidades y habilidades de los vendedores.

### Parte 2

- Se establecen las “brechas” entre el discurso administrativo, la comunicación comercial y las prácticas comerciales.
- Se construye una propuesta de alineamiento de objetivos y superación de brechas desde lo estratégico.
- Se construye una propuesta de un programa formativo que corresponda a ese alineamiento de objetivos.
- Se plantea una batería de indicadores de resultado de la formación.

Debemos insistir que el juego empresarial no es a la que más venda sino a la que mayores ganancias genere en sus resultados financieros. Esto se debe incluir en los indicadores de resultado.

### Parte 3

- Se implementa el programa formativo según la estructura operacional de la organización.

### Parte 4

- Se evalúa y se ajusta el proceso formativo.



## ¿Cómo se estructura una Escuela de Ventas?

Una escuela no es un curso, ni un conjunto de talleres, ni clínicas de ventas, aunque estos elementos se usan como parte de una táctica en el proceso educativo. Una escuela, en su nivel básico, parte de ser un Centro de Entrenamiento Comercial. Esto implica que para su operación requiere de varios componentes:

### Componente 1: Estructura Educativa

- Significa tener un proceso de diseño instruccional
- Tener un cuerpo de instructores (normalmente es externo)

### Componente 2: Estructura operacional

- Implica tener una infraestructura física
- Una infraestructura tecnológica
- Un personal de soporte informático
- Un personal de logística y eventos

Por supuesto, la estructura de costos depende del alcance y los objetivos de la formación y de la cantidad de personas a formar. Es por eso, que presentar una cotización sin conocer a la organización es exponerse a no contar con los recursos suficientes a la hora de ejecutar.

## ¿Cómo funciona una Escuela de Ventas?

Así como de la "estrategia" se desprende la "táctica" como los diferentes pasos para ejecutar esa estrategia, de la "pedagogía" se desprende la "didáctica" como los pasos, procedimientos y elementos para ejecutar esa pedagogía. En ese sentido, el modelo pedagógico de una Escuela de Ventas es la formación por competencias enfocadas en el "hacer", el ser, el saber y el socializar.

Se utiliza un modelo pedagógico en cuatro partes: NeoConductismo Cognoscitivista, Lúdico, Constructivista. Aunque es mejor llamarlo por un nombre menos técnico: Entrenamiento Experiencial, Experimental y Expandido para Ejecutivos.

La metodología operacional se divide en cinco partes:

- 1) **Learning in job.** Mediante un Sistema de Tutoring o Coaching, en la que cada superior inmediato suministra conocimiento, revista, evalúa y lleva el seguimiento de cada persona en su puesto de trabajo, apoyado en una estructura de móvil – learning.
- 2) **Microformación en eLearning.** Son programas de contenidos teóricos de corta duración y que está dirigido a fortalecimiento de saberes en áreas específicas.
- 3) **Eventos de apertura y de cierre.** Actividades presenciales o virtuales en los cuales primero se explica el proceso de aprendizaje y al final se evalúa ese aprendizaje en términos del hacer.

- 4) **Pruebas evaluativas.** Son actividades no programadas con las cuales se mide el nivel de aprendizaje de los sujetos.
- 5) **Formación continua virtual.** Son programas de aprendizaje complementario y que no tiene que ver con las funciones del cargo sino con el desarrollo profesional. En este caso, se ejecutan cursos, talleres y diplomados, y, a diferencia de los anteriores, son opcionales.

El procedimiento tiene la siguiente estructura:

- El estudiante reconoce los factores claves de éxito en el cargo mediante un proceso descriptivo
- Reconoce sus brechas frente a esos factores claves
- Realiza actividades de adaptación a esos factores claves
- Realiza seguimiento a su proceso adaptativo
- Establece parámetros de superación de esos factores
- Establece nuevos objetivos de aprendizaje

26

Como puede ver, el proceso de diseño, estructuración, implementación y evaluación de una Escuela de Ventas, requiere comprender cómo funciona un modelo educativo. Tiene su complejidad y tiene su costo. No obstante, este costo no se compara con las posibilidades de incremento de la rentabilidad cuando se realiza una labor comercial más ortodoxa y como fruto de un proceso de entrenamiento real. Es por eso, que contratar una conferencia, un taller, un seminario o una clínica de ventas, poco o nada le aporta realmente a la organización y es un desperdicio de dinero. Diferente de cuando se construye un modelo denominado "organizaciones que aprenden" y se instaura una cultura de aprendizaje continuo basado en competencias. Una fórmula para tener empresas realmente capaces de competir y de crecer con éxito en diferentes escenarios.



<http://estiloGerencial.com/descargas/>

¿Sabía usted que desde Harvard hasta WestPoint, en las principales universidades del mundo, a los presidentes y gerentes de compañías, se les enseña "estrategia" con base en Sun Tzu, el maestro del engaño.

## La ética del estómago

*El funcionario público que me atendió fue muy enfático en señalar que los gobiernos y sus congresos son los responsables de la corrupción. Implicó que el exceso de leyes y lo intrincado de las normas promueven la ignorancia del ciudadano y que se puede saber cuál es la entidad más corrupta sólo con identificar la que más trámites exige.*

27

**Por: G.M. Wilson**

ConsejeroGerencial.com

En los últimos días me he vuelto a encontrar con varios escenarios que para mí, en lo particular, son el alimento de mis pesadillas. Posiciones gerenciales intransigentes que no expresan la mínima condolencia al suscitar situaciones de falsedad, de injusticia y de inequidad. Toma de decisiones con base en una emocionalidad poco educada y bajo el amparo de la propiedad privada, afectan vidas sin que nada ni nadie les importe.

Muy similar al comportamiento que puede tener un petrolero o una multinacional minera quienes se escudan en las leyes que ellos mismos promovieron para que los congresistas aprobaran y de esta manera depredar y vulnerar la naturaleza y las comunidades indefensas, de igual modo parece ser muy fácil manipular a un gobierno para que declare ilegal una huelga, es bajo esa sombrilla que vive el ciudadano de a pie y así estos modelos se convierten en un "gran ejemplo" para profesionales y emprendedores.

Hablo de un gobierno que nos miente a la hora de hablar de desempleo, en un escenario en el que los únicos pocos empleados son quienes aparecen en el registro de seguridad social y eso en un tiempo mínimo de dos años. En nuestro país la tasa real de empleo de la población económicamente activa, apenas supera el siete por ciento y así como son una mentira las cifras oficiales, también lo es la existencia del empleo informal, esos son los discursos engañosos para decir que todo va bien. Es simplemente otra mentira más.



Es especialmente grave para quien desea volverse empresario, pues muy rápido aprende que las medidas del gobierno le *obligan a la trampa*, y el comentario popular es que no hay opción, si no es así, haciendo trampa, “en este país es muy difícil hacer empresa”. Al exceso tributario, la inentendible tramitología y a los altos costos, súmele que permanentemente debemos estar cuidándonos de la cultura de la estafa y la falsedad. Proveedores que no cumplen, productos de mala calidad, servicio ineficiente, atajos engañosos y la letra pequeña son parte de nuestro diario vivir a su vez la persona que trabaja de empleado muy rápidamente comprende que debe hacerse de la vista gorda, aquel que no ve ni entiende nada, si no quiere comprometer su capacidad de mercar.

Podría renunciar a trabajar en una organización corrupta, pero qué objeto tiene renunciar si a donde quiera que vaya va a encontrar lo mismo: dobles contabilidades, impacto contra la naturaleza, explotación humana, entre otras tantas especies.

Eso sí, en la declaración de los principios y valores organizacionales, la ética, la responsabilidad y el respeto no pueden faltar por nada del mundo, y los “jefes” se mandan unos discursos sobre ética y liderazgo, de padre y señor mío, y se ofenden si se les dice lo contrario, pero –por mis hijos – piensa el empleado, es mejor quedarse callado. No hay lugar en estas economías, por lo menos las latinoamericanas, para los **espíritus limpios**.

Ya sé que comprar comida para nuestras familias importa más que cualquier ética, una simple invención social que se discute desde la antigüedad y todavía no se ha resuelto. Lo he aprendido con mi alma enferma por lo que a diario percibo. La misma que veo llorar cada vez que me miro al espejo, pero ese soy yo. Ya me enteré que para la mayoría de las personas esto es intrascendente. Por eso le pregunto: ¿Cuándo usted se mira al espejo ve a una persona realmente ética o como todos, es mero discurso? ¿Es eso lo que usted quiere que sus hijos aprendan de usted? ¡Qué fácil es hablar de ética, pero qué difícil vivirla! Ya sabe, en este lodo social los únicos que triunfan son los cerdos y las alimañas... lo bueno y puro, apenas, sobrevive.

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

Las malas noticias son abrumadoras. Cada día los noticieros, los periódicos y las redes sociales traen infinidad de ejemplos de hasta dónde ha llegado la degradación del comportamiento de las personas. Este tema lo pusimos a consideración de mi aula de clase en el diplomado sobre Pedagogía y Desarrollo Humano que dicté en la institución de la que fui Rector. *¿Qué es lo que está pasando?* Y la respuesta, fue la misma de siempre: la pérdida de valores.

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

Tengan claro – les dije – Lo único realmente cierto es que cuando una persona se despierta en la mañana, tiene dos tareas derivadas del instinto de sobrevivencia: alimentarse y alimentar a los suyos. Y cuando digo alimentarse no me estoy refiriendo sólo al hecho de comer, me refiero a proveer las cosas necesarias para la vida, todo lo demás, es creación social. El cómo lo hace esa persona, está reglamentado de muchas maneras artificiales que la mente no siempre acepta y nuestro instinto depredador se impone.

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

Por otra parte, está el escenario social. Aunque la palabra ideología tiene concepciones que a las personas no les gusta, todo sobre el planeta corresponde a una ideología, una global y otra territorial, es en la ideología, como lo podría decir Carl Jung, en donde se forman los inconscientes colectivos.

Y la nuestra, la occidental, tiene de fondo dos elementos importantes. El primero es el capitalismo, como marco de referencia, y como ustedes saben, el capitalismo es salvaje y muy exigente, al punto que cada persona sustenta su derecho a la existencia, de acuerdo con su capacidad de producción, lo que nos lleva al segundo elemento, la educación. ***Nuestro sistema educativo está muy lejos de ser un real sistema educativo y se ha convertido en un sistema reproductivo, que no hace más que parir la mano de obra que el capitalismo necesita.***

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

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

No obstante, es de lo que se trata, por eso estudiamos el tema. Fue para superar nuestros instintos salvajes que creamos la civilización, y como todos los ideales, como el éxito, la excelencia y la felicidad no se justifican por su existencia sino por su búsqueda permanente, porque es esa búsqueda la que nos hace evolucionar como seres humanos civilizados.

Tenemos lo que llamaríamos un decálogo del deber ser de los criterios con los cuales nos debiéramos comportar:

**Justicia, igualdad, equidad, libertad, respeto, transparencia, honestidad, verdad, actuación correcta y consecuencia de los actos**

Cada uno de ellos fáciles de comprender, no tan fáciles de aplicar y que han tenido un gran despliegue en toda la bibliografía referente a la Ética, sin embargo, estos criterios están enmarcados y articulados en tres grandes líneas: la ética, la moral y la dignidad, la primera, se supone que es global, la segunda es territorial y la tercera es personal. Y cada una de ellas se supone que debe regir nuestro comportamiento diario.

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

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

Luego está la moral. Yo, como la mayoría de las personas, no tengo ni idea de lo que realmente es la moral. Puedo hacer una aproximación desde mi visión subjetiva, ya dijimos que la moral es territorial y por ende está compuesta de todos los inconscientes colectivos que surgen en nuestro entorno: modelos, estereotipos, paradigmas, prejuicios, valores, normas, modales...

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

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

De allí nacieron algunos estereotipos, por una parte, está Pablo Escobar Gaviria, todavía muy amado en algunos lugares, incluso se consigue camisetas de él en la calle. También conozco un grupo empresarial que se presume de muy "iluminado" pero que en su práctica siguen siendo "arrieros" en un sentido no muy positivo.

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

La violencia de las bandas criminales reescribe las reglas y permite que un muchacho en una esquina, la mayoría de las veces drogándose, gane mucho más dinero que una persona que se

esforzó en estudiar, ir a la universidad y ser un profesional, al cual las pocas oportunidades de un sistema laboral ultra-demandante lo llevan a terminar manejando un taxi que ni siquiera es de su propiedad. Si el objetivo final es la comodidad que da el dinero, este se puede conseguir de diversos modos en donde para muchos el fin justifica los medios. **Algo está mal.**

De este modo la lista de modelos de éxito fundamentados en el absurdo es interminable como un Secretario de Educación Municipal queriendo borrar las “fronteras invisibles” con comparsas y saltimbanquis.

Luego vienen los paradigmas y prejuicios. Por ejemplo, Un análisis realizado sobre la estructura mental de los grupos directivos nos llevó a la conclusión de que se asemeja mucho al modelo “fascista”, promoviendo esquemas totalitarios, con creencias o ideologías racistas, misóginas, xenofóbicas, homofóbicas entre algunas obviamente siempre muy bien disimuladas. Si usted está atento, por ejemplo, se dará cuenta que en la gran mayoría empresas, de todo tipo y tamaños, de nuestro país, no hay “realmente” negros ni indígenas en cargos directivos, con algunas muy contadas excepciones.

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

Otro tanto sucede con las normas. Siendo que la legislación se creó para facilitar el bienestar común, la normatización nacional, regional y local, regularmente corresponde a los intereses de unos pocos. En nuestro país, piense en, a quién favorece nuestro sistema de salud, a quién favorece realmente la inversión extranjera, a quién favorece el sistema educativo, a quién favorece el sistema de justicia, entre otros. Y cuando encuentre la respuesta se dará cuenta de quiénes pagaron para obtener esa legislación, y la población los ven. Entienda que supimos de Odebrecht, porque se dejó pillar. Pero ni crea que se trata de una cosa única ni de ahora. Hasta un prócer de la patria recibió ganancias por entregar nuestro territorio.

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

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

Y viene mi parte favorita, la dignidad. Desde mi perspectiva, la dignidad está compuesta por un círculo virtuoso que incluye los Valores Personales y el Honor, entendiendo este último como la construcción de comportamientos “honorables” y para ello utilizamos el decálogo que

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

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

La ética del estómago implica tres cosas: comer, proteger a la familia y tener dónde dormir. Si una persona no las tiene resueltas, todos los demás ideales sociales y de comportamiento son mero discurso. La ética del estómago no es racional y no tiene sentido común. Cuando se aguanta hambre o cuando se ve a un hijo aguantar hambre, no existen consideraciones morales. Cuando tienes que llevar a tu familia a vivir debajo de un puente y dormir en la calle, por tu cabeza no pasan ideas si algo es correcto o incorrecto. Simplemente sobrevives.

Cuando se es empresario lo que importan son los resultados. Se vive de las ventas y si no vendemos no tendremos ganancias. Ganancias que de todas maneras se esfuman cuando tenemos una carga impositiva y tributaria de más del setenta por ciento que muchas veces hace que reconsideremos si vale la pena el esfuerzo de tener empresa. Y cómo de lo que se trata es de sobrevivir, empezamos a asumir conductas que no son racionales así parezca que nosotros las hemos decidido y no es así, es también la ética del estómago la que orienta lo que hacemos.

En uno u otro caso nos encontramos en circunstancias difíciles que se complejizan cuando a esto le sumamos la estructura mental de la condición humana que nos muestra toda la emocionalidad negativa, en cuanto a la avaricia, el odio, la envidia y la corrupción y le sumamos las incoherencias de los sistemas legislativos que también corresponden a los intereses de esa condición humana. Y agregue que existen un sinnúmero de paradigmas ideales que nos dicen las maneras de cómo debiéramos vivir y que muy pocas veces tienen asiento en la realidad. Adicionando además que vivimos en un escenario capitalista en el que los individuos sustentan su derecho a existir de acuerdo con su capacidad de producción.

Es a todo esto a lo que le llamamos sociedad o civilización que tiene al ser humano en una encrucijada de la que difícilmente podrá salir, pues no hay sistema político o económico que esté por fuera de esta condición. El ser humano es depredador.

Sabiendo que esto es lo que se encuentra en nuestro entorno, los empresarios debemos preguntarnos ¿qué es lo que en realidad podemos hacer que vaya más allá del discurso? En ese



sentido he encontrado que temas como la responsabilidad social empresarial, que debiera ser nuestra manera de aportar, en muchas ocasiones no pasa de ser más que una estrategia de posicionamiento de marca y en otras ocasiones son un desperdicio de recursos sin sentido. ¿De qué sirve que manden a hacer un monumento en un parque cuando está rodeado de personas que mendigan?

Si de verdad queremos hacer algo, debemos tener una mayor orientación hacia el ser humano, no para dar limosnas sino, en una primera línea, para crear condiciones y escenarios en donde las personas se puedan desarrollar y tener mayores oportunidades de una vida digna. Y en una segunda línea, apoyar el sostenimiento de esas poblaciones que de manera definitiva no pueden valerse por sí mismos: los niños especiales y los ancianos. Dese cuenta que, por ejemplo, con el discurso de la inclusión, el gobierno de hace dos décadas lo que hizo fue eliminar los recursos para este tipo de programas y estas son poblaciones que nadie quiere incluir.

También démonos cuenta de que más allá de la corrupción, el gobierno no cuenta con los recursos para resolver los problemas sociales y dese cuenta de que mientras la ética del estómago sea la posibilidad de un modelo de vida, nunca tendremos una sociedad próspera realmente. A pesar del dinero que podamos ganar con nuestras empresas, nunca estaremos realmente bien mientras la sociedad no esté bien. La criminalidad, como la llamamos sin diferenciar a los verdaderos delincuentes, siempre estará en ascenso.

La invitación es: no importa que la suya no sea una gran empresa, o que sea un empleado, y no importa que no tenga un programa de responsabilidad social estructurado. Sus decisiones de todos los días deben tener consideraciones sociales. Sálgase de la ética del estómago y actúe como un ser social y civilizado.



**Curso de habilidades de  
Psicosemiología Aplicada**

**Desarrolle criterios y estrategias para:**

- **Diseño de campañas**
- **Diseño de productos**
- **Visual Marketing**
- **Negociación**
- **Ventas**
- **Servicio al cliente**

**Diplomado asincrónico:**  
**Whatsapp: +57 – 3105102373**  
**estilogerencial@une.net.co**

**EstiloGerencial.com**

**G. M. Wilson**

## Destino

**Iván Darío Muñoz Uribe**

unirlandesyunmason@gmail.com

La extravagancia siempre atrae a quienes presentan desequilibrios o a los que desean llamar la atención. Disímiles y acoplados perfectamente como las piedras de un megalito prehistórico serán los componentes de la carrocería de los automóviles de un modelo de la marca Warcrash. Desde niño conocía al dueño de la fábrica, fuimos vecinos y compañeros de colegio, era un militar retirado llamado Reinaldo Sandoya Peláez, sus contactos le permitían adquirir por muy poco dinero piezas de aviones, camiones, tanques y armas, artefactos deteriorados en guerras alrededor del mundo.



Me parece desagradable esa idea que tienes, Reinaldo, le dije mientras lo acompañaba camino a una reunión con el personal de su empresa. ¿De qué hablas? Es una idea genial, contestó Reinaldo, lo que pasa es que ustedes los civiles son como niños grandes, no saben lo que es la guerra, no se han empantanado mientras ruedan por el suelo disparando. Pero Reinaldo... traté de replicar antes de que me interrumpiera diciendo: no digas más tonterías, Antonio, eres mi mejor amigo pero existe una diferencia entre tú y yo, y es una diferencia insalvable, yo soy militar de vocación y tú eres un urbanita pensionado y relajado. No es tan difícil como parece, les dijo Sandoya a sus empleados cuando llegamos, ustedes sólo tienen que amoldar esas piezas y recubrir con ellas los chasis, motores y todo lo demás que siempre es original de otras marcas, este modelo nuevo será llamado Frankenstein. Lo grotesco se vuelve admirable, somos únicos en el mundo, dijo Sandoya Peláez poseído de un raro paroxismo. Vamos a poner a rodar a la historia y la desgracia, seremos rescatistas de trozos del destino y haremos que sigan existiendo y siendo útiles a su manera.

La fábrica Warcrash sacó una primera producción limitada de veinte carros del modelo Frankenstein. Estuve presente en el evento. Toda una fanfarria se había montado para el lanzamiento, los compradores se habían inscrito con seis meses de anticipación. Empresarios, deportistas de alto vuelo y famosos artistas, fueron escogidos entre cientos de personas para tener el honor de adquirir un Frankenstein, autos que compartían una sola cosa, el color verde militar. ¿De dónde surgió la idea de fabricar estos carros con esas piezas inusuales y tal vez macabras? El presentador del evento le preguntó a mi amigo, el dueño de la fábrica. Todo nace de que yo no le temo a la muerte, además influye el hecho de haber hecho una larga carrera militar, sé lo que es la guerra y conozco la valentía que hace falta para combatir a sangre

y fuego, si se me permite el lugar común. Sonreí burlescamente cuando Reinaldo miró a la concurrencia adoptando una pose afectada, quizás se sentía muy intelectual o refinado por el remate que le había dado a su respuesta.

Muchas sonrisas y algunos gritos de júbilo soltaron los compradores por el hecho de salir conduciendo sus modelos Frankenstein. Sandoya se frotaba las manos satisfecho por las cuantiosas ganancias que le había generado su primera producción del controversial modelo, su codicia había sido satisfecha con creces. ¿Qué les pasa? Les preguntó a unos empleados que aún no se habían retirado de las instalaciones y no parecían compartir su alegría, más bien todos se mostraban aterrorizados. Nadie respondió. Hice una pregunta, insistió Sandoya y tampoco recibió respuesta. Envidiosos, dijo el propietario de la fábrica y antiguo militar, les da rabia mi éxito, siguió diciendo ante el silencio de sus empleados que empezaron a retirarse sin hacerle caso y compartiendo una expresión facial de terror reprimido.

A Reinaldo Sandoya le gustaba que yo lo acompañara por momentos en su oficina. Ya estás pensionado, Antonio, me había dicho, supongo que no tienes mucho qué hacer y tu esposa no te soporta en la casa, por eso te invito a que nos hagamos mutua compañía aquí, así nos aburrirémos menos. Yo le hice caso, realmente lo apreciaba mucho, no me importaba que tuviera ese carácter dominante y autoritario, yo entendía su naturaleza. No me diga que usted cree en fantasmas, le estaba diciendo Sandoya a unos de sus clientes cuando yo entraba a su despacho unos días después del lanzamiento del modelo Frankenstein. No sé si es exactamente un fantasma, pero lo cierto es que siento una presencia, algo o alguien que me acompaña mientras conduzco el carro, respondió el hombre. Consulte con un psiquiatra, le respondió Reinaldo en un tono que, tratándose de un cliente débil y apocado, resultaba imperativo y atemorizante.

Transcurrieron tres días y otro cliente entró en la oficina de Reinaldo. Ese monstruo rodante que le compré tiene algo muy raro, le dijo a Sandoya el tipo con expresión de gran enfado en el rostro. ¿A qué se refiere? Lo encaró Reinaldo. Hay algo en ese carro que me invita a morir, algo macabro, algo que quiere llevarme al otro mundo, responde el cliente. ¿Qué puede tener un Frankenstein que pueda invitar a la muerte? Vine por respuestas y no por preguntas, dijo el comprador que era un tipo gigantesco, explíqueme usted. Quisiera poder hacerlo pero no puedo, señor, respondió el fabricante, todo está en su mente. ¿Está diciendo que estoy loco? El cliente se mostró muy molesto al preguntar. No sé qué decirle, los carros son objetos inanimados, no tienen cómo inducir repentinamente a alguien a la muerte. No me induce con palabras, dijo el comprador, no lo hace por medio un lenguaje audible, son ideas que se cuelan en mi mente sólo cuando conduzco ese carro. La garantía sólo responde por fallas de funcionamiento del vehículo, no puedo hacer nada por usted, remató Sandoya.

La cosa no parecía tener fin. Hay almas dentro del carro que le compré, le dijo a Sandoya Peláez un industrial anciano muy aficionado a los vehículos extravagantes por su lujo, antigüedad o procedencia. ¿Almas? ¿Cómo así? Preguntó el militar en retiro que ya empezaba a fastidiarse con los extraños e incesantes reclamos. Almas, sí señor, o espíritus si usted prefiere ese término,

hace un momento miré por el retrovisor tres veces y, en el asiento trasero había un tipo con la cara desfigurada por heridas de bala. Pero, eso es absurdo, dijo mi amigo. Las manos trémulas del anciano y su desesperada actitud hicieron que Sandoya le ofreciera asiento y yo le llevara un vaso de agua. Quiero que me devuelva el dinero, dijo el anciano, puede comprobar que el carro está en perfecto estado, pero después de lo que vi en ese asiento trasero no lo quiero, no quiero montarme en ese Frankenstein nunca más. El anciano empezó de nuevo a temblar, luego derramó lágrimas y boqueó. Está bien, dijo Sandoya, le devolveré el dinero, pero deberá darme un descuento. ¿Cuánto exige como descuento? El viejito se puso en guardia de nuevo a pesar de su endeble condición. Un veinte por ciento es lo que exijo por devoluciones. Le ofrezco el diez, dijo el anciano. Dejémoslo en un quince por ciento, negoció el fabricante. Está bien, el viejito cedió y se mostró aliviado. Le entregaron un cheque y se marchó mientras Sandoya sonreía. Voy a dejar este Frankenstein para mi uso personal, me dijo señalando el grotesco automóvil.

Una terrible noticia salió en los periódicos, una desgracia, el joven y conspicuo futbolista John Alexander Manrique había muerto en un accidente automovilístico, se destacaba en las noticias que el deportista iba conduciendo un exótico modelo llamado Frankenstein, su hermano iba con él y había resultado herido pero se estaba recuperando satisfactoriamente. Se detallaba que el accidente se había producido cuando repentinamente el conductor se salió de la carretera y volcó por un barranco.

Al día siguiente los periódicos publicaron declaraciones de cuatro hombres que habían comprado el modelo Frankenstein y lo calificaban de maldito, todos decían que al conducir esos carros sentían una atmósfera negativa, incluso manifestaban haber experimentado otros sucesos que preferían callar por temor a ser calificados de enfermos mentales en caso de relatarlos. ¿Qué clase de idiotas son estos? Gritó furioso Sandoya Peláez en su oficina después de leer el diario, luego lo arrojó al suelo con rabia y lo pisoteó. Sigán trabajando, dijo el dueño de la fábrica Warcrash, nadie se mueva de aquí, saldré un rato para relajarme. Los empleados, que le temían mucho a Sandoya, guardaron silencio y siguieron inmersos en sus labores. Vamos a dar una vuelta en mi Frankenstein, Antonio, me dijo. Prefiero no hacerlo, le contesté, debo ir a mi casa. El militar en retiro me miró ceñudo pero se abstuvo de increparme, siempre me había respetado mucho. Yo vi cómo se alejaba conduciendo su Frankenstein. Por la noche me llamó por teléfono y me contó que, rodando por una autopista a gran velocidad había empezado a sentir mucho frío y a oír un leve murmullo lastimero. Es la sugestión, me dijo Sandoya que había pensado en el momento, dijo que les había echado la culpa a todos esos tontos supersticiosos, le pareció que habían logrado influir en su mente. Decidió regresar a su oficina y durante todo el trayecto continuó sintiendo frío y oyendo el murmullo casi imperceptible de quejas y llantos.

Tengo una propuesta que hacerte, Reinaldo, le dije una mañana, es que tengamos ambos un gesto de honor y gallardía. ¿De qué se trata? Sandoya me preguntó haciendo malacara. Quiero que vayamos al hospital a visitar a ese joven sobreviviente, creo que su nombre es Robinson, es el hermano del jugador de fútbol que murió en el accidente, el pobre John Alexander

Manrique. No sé, dijo Reinaldo, podemos ir, pero, ¿qué tiene que ver una visita a ese hombre con el honor y la gallardía? Recuerda que estás hablando con un militar retirado. Finalmente fuimos y nos dejaron pasar a ver al joven convaleciente. Al enterarse de que Sandoya era el fabricante del modelo Frankenstein se mostró hosco y rápidamente nos pidió, sin ningún miramiento, que saliéramos de su cuarto de hospital.

Empecé a ver al hermano del futbolista fallecido rondando la fábrica Warcrash, había sido dado de alta y por las mañanas pasaba conduciendo un carro por las inmediaciones de la empresa. Yo tardé en hacérselo saber a Sandoya, porque quería evitar problemas dado su carácter impetuoso y temerario. Se llegó el momento, ver a aquel jovencito vigilar sistemáticamente la fábrica me alteró hasta el punto de decírselo a Reinaldo. ¿Cómo? ¿Rondándome? ¿Qué se cree ese muchachito? Sandoya estalló. A ver, Antonio, me dijo en tono desafiante, tú verás si me acompañas o si te quedas en tu plácido lugar de espectador. ¿A qué te refieres? Grité yo, te acompaño donde sea si quieres tenerme a tu lado, hombre. A veces uno no es capaz de negarle la ayuda a un amigo; lo que nunca se puede prever es la consecuencia de tal apoyo. Salgamos en mi Frankenstein, dijo Reinaldo, esta es la segunda vez que voy a usarlo y tú vas a estar conmigo, Antonio.

Al subir al monstruoso carro sentí el frío que mi amigo había mencionado, sin embargo no dije nada, Reinaldo salió de la ciudad y transitamos por un lugar con bellos paisajes de diversas tonalidades de verde. Ahí viene, dije yo después de mirar atrás y ver que el tal Robinson nos seguía en su automóvil. ¿Quién viene? ¿Acaso son ellos? Sandoya preguntó poseído de una extraña perturbación. Ellos, ¿a quiénes te refieres? Yo estoy hablando del tal Robinson. ¿No oyes cómo lloran? Ellos se lamentan, siguió diciendo Reinaldo sin hacerme caso. Luego todo sucedió en un chispazo, todo pasó en cuestión de segundos, sólo recuerdo que Sandoya perdió el control del carro, rodamos por un barranco dando vueltas de campana y todo se volvió oscuro. Yo desperté en el hospital siete días más tarde. Me dijeron que Sandoya había fallecido en el accidente y que yo tardaría en reestablecerme pero lo haría. Fue un acto del destino, me dijo el médico, no estaba escrito que usted muriera en ese momento. Luego me tocó un hombro y se santiguó.

**FIN**

Los

10

mandamientos  
de la

# ACTITUD

G.M.Wilson



Escuela  
Superior  
del Servicio

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