

Marketing Conductual: Relaciones Públicas, CX + UX

Editorial:
Soñar el país que queremos

Zona de cuento: por Iván Darío Muñoz Uribe

Para empresarios competitivos



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

Contenido

Soñar el país que queremos	5
II Cumbre latinoamericana de RRPP	9
Propuesta de valor	10
El rol de la mujer en el sector agro	12
Con transacciones gratis y alta rentabilidad nace IRIS.....	16
Primer neobanco colombiano especializado en empresas	16
Microempresas: peluquerías y cafeterías cuentan cómo han salvado sus negocios	21
“Unámonos por Colombia”:	24
Cuatro consejos imprescindibles para proteger la información en pandemia	26
Deep Web: una manera de navegar verdaderamente anónima.....	28
En Colombia un porcentaje mínimo de empresas se ha preocupado por la privacidad de su nómina.....	29
“Soldado advertido no muere en guerra”, 2021 será el año de consolidación de la tecnología para enfrentar retos corporativos.....	31
La contaminación microbiana, un problema que cuesta mucho dinero	33
Lanzamientos, proyectos y modernización tecnológica, planes de Unión de Arroceros	36
Andinitos: Enseñanza a través del juego, la inmersión y el aprendizaje integral	37
Henkel invita a darle una segunda oportunidad a los objetos viejos.....	39

Mejor conectados: el camino hacia un futuro equitativo impulsado por la tecnología41

Servicios de infraestructura una prioridad para las pymes en Colombia44

Dell Technologies y la Fundación i2b2 tranSMART crean “gemelos digitales” para tratar el COVID-19 de largo plazo46

Marketing Conductual: Relaciones Públicas, CX + UX48

De película.....53



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

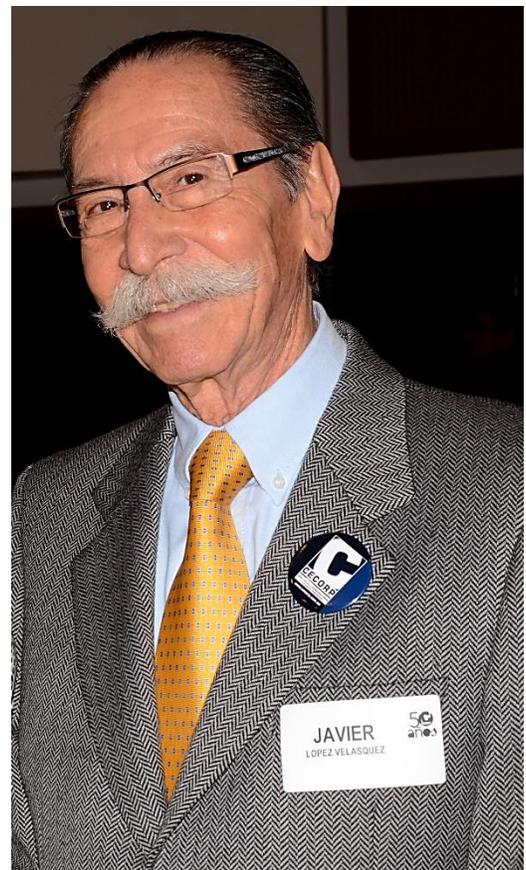
Javier López

Seguiremos tu legado.
Gracias por todo lo que construiste
para las relaciones públicas.
Te extrañaremos... Presidente.



CECORP

Centro Colombiano de Relaciones Públicas
y Comunicación Organizacional



El gremio de los comunicadores

Cecorp.com.co

Soñar el país que queremos

Después de tanto paro y tanta protesta, protesta razonable porque muchas cosas están mal y después de los actos vandálicos, las violencias de Estado y las de izquierda y las de derecha, que desdican lo que somos como nación, si después de todo esto, no se logran cambios importantes, los sacrificios que se han hecho con los bloqueos, las desapariciones y las muertes, no habrán valido la pena.

Las cosas van mal porque hemos sido apolíticos e incoherentes y hemos permitido que la corrupción y los intereses particulares expriman a nuestro país. Pregúntese por ejemplo, a quién conviene nuestro sistema de salud o el sistema de regalías o la baja calidad en la educación, alguien gana y no es la población e incluso, ni siquiera el gobierno. Aquí hay carteles para todo.

En definitiva, debemos despertar y defendamos nuestro derecho a soñar el país que queremos. Claro, yo soy un optimista y motivador tecnológico y aunque algunas de estas ideas pareciera ser regresivas hacia un centralismo, no es así. La tecnología, el blockchain y el Big Data, con un sistema de inteligencia artificial, cosas que ya existen, sólo hay que usarlas, pueden democratizar la auditoría y el acceso a la información, así que les presento mi pliego de peticiones:

Primero, el gobierno debe entregar garantías tecnológicas de control de la corrupción.

Contamos con la tecnología, el conocimiento y los profesionales para, desde la tecnología, resolver el problema de la corrupción. Puede faltar el interés,

pues quienes tienen el dinero suficiente para esto, son los primeros en ser corruptos, para un ejemplo, analice el tema de la salud y de los seguros para que empiece a ver por dónde va la cosa.

Segundo, debemos tener un sistema unificado de información de cada persona que viva en Colombia.

Igual que el punto anterior, tenemos la tecnología y el conocimiento, e incluso con los sistemas de ciberseguridad, para tener toda la información centralizada que permita conocer la realidad de calidad de vida cada persona que habite en nuestro territorio. Esta información desde todas las entidades y con un bloque central, cruzada entre las finanzas, la educación, la salud, el empleo, entre otros ítems, permitirá aportar significativamente al desarrollo de cada individuo, sin que exista detrimento en los recursos del Estado. Además sería una forma de tener al cien por ciento de la nación bancarizada. Si Facebook, Google y Amazon puede tener la información completa de la mitad de la población del planeta, cómo por qué nosotros no habríamos de tener un sistema que abarque unos cien millones de individuos, incluyendo a las personas que nos visitan cada año.

Tercero, debemos tener una renta básica universal, superior a un salario mínimo.

Si con el ítem anterior se tiene la información de cada individuo que viva en nuestro territorio, se tendrá el instrumento para asignar una renta básica por persona que esté en situación de desfavorabilidad, la cual puede ser eventual o continua. Dado que este sistema unificado de supervigilancia a la calidad de vida, no es manipulable ni susceptible a la corrupción, el dinero no se perderá.

Cuarto, debemos tener UN SOLO IMPUESTO, no más IVA, no más sobre tasas ni otros bichos.

Apoyados en el mismo sistema, cada persona que viva en nuestro territorio pagará un único impuesto, dividido en los meses del año y que cubra todos los ítems que ahora se pagan pero unificados en una sola cuenta. Lo mismo para las personas jurídicas, en ambos casos con sus respectivas estratificaciones. Y si una persona cumple con ambos aspectos, natural y jurídica, que pague sólo el de mayor valor para evitar el mal uso del sistema. Este impuesto mensual debería ser descontable automáticamente de las cuentas bancarias.

La multiplicidad de sobretasas e impuestos son un alimento para la corrupción, y aunque esto puede sonar regresivo por el centralismo de los recursos, estos mismos se perderían menos y serían más efectivos.

Recordemos que tendríamos una inteligencia artificial controlando cada dinero, por lo que no habría retrasos y habría un mayor control a la ejecución, en tiempo real.

Quinto, la educación debe ser gratuita en todos sus niveles, pero con condiciones.

Es más que evidente que la educación es un negocio y que el Ministerio de Educación le camina a los intereses de grupos privados y no a la conveniencia para la nación. Esto no es de ahora, regularmente ha sido así. La evidencia está en las leyes y los decretos que son vergonzantemente directos a la hora de mostrar esa favorabilidad, en especial se trata cuando de educación superior. Se ha avanzado gratamente en este año en la educación con matrícula cero para la educación post escolar en las entidades del Estado. No obstante, se tienen dos problemas: uno es la baja calidad de la educación en la primaria y en el bachillerato y dos, los altos costos en los niveles de maestría y doctorados y por eso, tuvimos dificultades con la OCDE. Nuestra propuesta va en dos líneas. La primera: cada estudiante, para pasar nuestro grado noveno de bachillerato, deberá haber aprobado un programa virtual de 600 horas en lenguajes de programación y desarrollo de software, independiente de su inclinación vocacional. Luego, ese mismo estudiante para graduarse de bachillerato, deberá haber aprobado un programa virtual de 1200 horas en el área de conocimiento de su elección, ambos provistos por el SENA y obligatorios para todos los estudiantes del territorio nacional. La segunda línea: todo profesional con un pregrado podrá matricularse a programas de maestría y doctorado con matrícula cero, aportando a la institución un desarrollo de conocimiento o un desarrollo tecnológico que bien sea patentable o explotable

comercialmente. Ambas opciones previas al inicio de los estudios. Insistimos en que deberán ser desarrollos y no proyectos. La institución evaluará estos aportes y determinará su pertinencia y capacidad de producir recursos económicos o de otro tipo. La propiedad intelectual sería de la institución.

Sexto, debemos tener un sistema unificado de salud.

Nuestro sistema de salud es vergonzoso. Las EPS, (El Perverso Sistema) se queda con el dinero sólo por administrar, manteniendo infraestructuras que no son necesarias, generando costos innecesarios – recordemos que lo farmacológico también es un cartel – y dejando a quienes realmente prestan el servicio: los hospitales y personal de la salud, en el absoluto desamparo. El instituto de los Seguros Sociales era malo por la manera como estaba concebido estructuralmente, por sus costos de operación, por el clientelismo y por la corrupción. Pero la realidad tecnológica de hoy es otra cosa y permiten superar todos estos problemas, por lo que un sistema unificado que le realice un seguimiento a cada individuo, sin distinción de su estrato socioeconómico, será un aporte efectivo a la calidad de vida de la nación.

Séptimo, debemos privilegiar la protección de la población y la cultura ancestral

Después de quinientos años de exterminio, no sólo han desaparecido las personas, han desaparecido muchos de nuestros valores y producciones de cultura que identifican nuestros orígenes y nuestra propia identidad como nación. No sólo las

comunidades se han occidentalizado, han asumido las perversiones del mundo capitalista del consumo, sino que la cultura, nuestra cultura se ha invisibilizado. Debemos procurar el cuidado de lo poco que nos queda.

Octavo, debemos privilegiar la protección de la naturaleza.

La economía y los favores económicos pueden con todo. No sólo la ignorancia de nuestros pueblos acaba con la naturaleza, sino que también nuestros gobernantes, vía leyes y decretos, destruyen nuestro patrimonio de biodiversidad permitiendo la explotación. Nunca, lo que se gane por regalías va a recuperar una montaña y el ecosistema perdido a causa de una acción empresarial. Se debe privilegiar un sistema agropecuario intensivo de precisión y castigar la ampliación de las fronteras a ultranza de provocar incendios y deforestación. Se debe prohibir la minería a cielo abierto y prohibir el fracking y buscar la manera de recuperar lo perdido. Ya sabemos que un árbol se demora años en volver a crecer y que han desaparecido cientos de especies endémicas de nuestro país, en flora y fauna. No hay dinero que justifique la destrucción de la naturaleza. Para que sirva la economía si no tenemos un planeta para disfrutarlo.

Noveno, debemos desarrollar el tejido empresarial, el creativo y el tecnológico.

El noventa por ciento de nuestra historia empresarial es la historia de la lucha contra la pobreza y la falta de oportunidades, es la historia del sacrificio y de la explotación. Como nuestro tejido empresarial es pobre, sobre todo en mentalidad, la oferta laboral también es pobre y sólo se consigue

trabajo para obreros. Es vergonzoso que en un país, el mayor empleador sean los sectores de la construcción, las confecciones, los vendedores de celulares o los Contac Center para los, un poco más, educados. Son campos de concentración empresarial donde la calidad de vida brilla por su ausencia a pesar de su discurso.

¿Qué pasaría con nuestro país si el mayor empleador fuesen las empresas de desarrollo de ciencia y la tecnología? O por lo menos que siquiera el cincuenta por ciento de las microempresas se montaran en la cuarta revolución industrial y la transformación digital, más allá de la internet. Algo así como tamales con nanotecnología de alimentos – no es chiste - . Definitivamente nuestro país cambiaría radicalmente en sus posibilidades de crecimiento y el PIB sería real. Señor Ministro de Hacienda, sus cifras de crecimiento económico son una falacia. Si las cifras no vienen acompañadas de mejoramiento de la calidad de vida de la nación, todo es una mentira.

Décimo, debemos proteger a nuestros niños.

Los niños son el futuro del país, pero pareciera haber un complot mundial en su contra. Si un techo de cristal es una fuerza

mundial, cultural, social y económica que procura evitar el progreso de la mujer y con eso evitar el desarrollo de las sociedades, las acciones en contra de los niños, su desamparo, la violencia, la falta de educación o la educación de mala calidad, es un atentado contra el futuro de la humanidad. Si bien, los programas de la nación en favor de los niños existen, no son suficientes. ¿En qué cabeza cabe robarse el dinero de los restaurantes escolares o darles productos de mala calidad? Me da ira sólo el saber que esto sucede regularmente en nuestro país.

Por supuesto, estos son mis deseos, nacidos de la reflexión y desde mis propias ignorancias. Mis sueños para construir las bases de un futuro mejor. No es sólo la mirada de un Asperger, sino de un padre preocupado por el país que hoy estoy construyendo para mi hija y de una persona preocupada porque lo que hoy vivimos es evidencia y síntoma de una sociedad pobremente educada. Puede que esté simplemente elucubrando, pero trato de hacer algo. Es mi manera de protestar sin bloqueos ni violencia. Y ¿usted? ¿cuál es el país que sueña?

G. M. Wilson





II CUMBRE LATINOAMERICANA DE RELACIONES PÚBLICAS Y COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA



"HAGAMOS CUMBRE"



"Modelos exitosos de gestión profesional en el campo de las empresas e instituciones"



Viernes 27 y Sábado 28 de agosto

Encuentro profesional virtual / #IICUMBRE

Propuesta de valor

“estrategia y valor”

La propuesta de valor es una analítica que hace click entre lo que puedes ofertar y lo que busca tu cliente (buyer) tu avatar, tu cliente ideal, le llaman de muchas formas, pero al final siempre llega al perfil de quien realmente pueda y esté interesado en adquirir tu producto o servicio, es allí donde es vital entender a tu cliente, a quien te compra, a quien decide invertir en ti, porque está invirtiendo en tu conocimiento, tu experiencia, lo que tu representas y eres, para esta persona tu eres la solución en termino de sus necesidades, sueños, necesidades y dolores.

La propuesta de valor se conforma de dos documentos la oferta de valor y el mapa de valor.

La oferta de valor

Con este recurso estratégico analizas al cliente desde 3 perspectivas sencillas pero profundas en términos de lo que es, lo que lo mueve y lo que lo frustra haciéndote las siguientes preguntas y respondiéndolas por supuesto

Trabajos del cliente

Tipos de trabajo

Funcional: cuáles son sus actividades, que roles cumple.

Sociales: que busca, que le aporta en términos de beneficios sociales y personales en su trabajo



Personales: son las seguridades, logros o metas que su servicio, producto o actividad aporta al cliente.

Emocionales: es la persona que emoción siente o experimenta cuando tiene acceso a tener o contar con tu producto o servicio

Ahora vamos al siguiente Ítem o escenario:

Alegrías

Aquí hablamos exclusivamente de las emociones, las satisfacciones y las seguridades que da nuestro producto

Necesarias: son las mínimas, las básicas y que todos los productos ofrecen

Esperadas: las esperadas son las cuales por las que el cliente compra, son sus motivaciones

Inesperadas: son las que el cliente no visionaba, no calculo, no visualizo. Estas son las alegrías que enamoran, las que un cliente jamás si quiera imagino y que si tu controlas de forma efectiva y las tienes claras serás absolutamente impactante.

Frustraciones

Para este caso es lo que el cliente siente en términos de dolor, molestias, incomodidad o temores.

Funcional: son las razones o causas por las cuales el cliente se siente mal o ha fracasado.

Sociales: son los aspectos negativos de sobre salir socialmente, al potencial cliente o decisor le implica riesgo.

Secundarias: son los dolores conexos, no principales pero que, aunque pueden no son un riesgo, si son un dolor, causan incomodidades y molestias

Cómo te decía, esta es la analítica del cliente, ahora la analítica detonante vie cuando analizas tu servicio y cómo impacta, satisface y lo que soluciona.

Analizas cómo tu servicio le brinda alegrías al cliente.

Cómo tu servicio o producto elimina o minimiza las frustraciones., Cómo evitar esos momentos de tensión al cliente.

Adicional realizas la analítica de las herramientas, recursos o alcances de tu servicio y/o producto

Qué esperas para realizar la Propuesta de valor a tus servicios.

Sé que este articulo hará explosión en tu mente, en tu empresa o tu emprendimiento por su valor y por el cambio estratégico en tu forma de entender y comercializar el negocio y a tu cliente.

Carlos E. Roa Cuesta

ceo@tangramcolombia.co
tangramcolombia.co



¿Sabe usted qué es el Marketing Conductual?

Escueladelservicio.com

El rol de la mujer en el sector agro

- La Organización Internacional del Trabajo, OIT, calcula que las mujeres de zonas rurales representan una cuarta parte de la población mundial y que, además, también corresponden al 41% de la fuerza de trabajo agrícola de todo el mundo.
- La agroindustria se consolidó como uno de los sectores más fuertes de la economía colombiana al tener un crecimiento de 2,8% en 2020.
- En la primera rueda de negocios del 2021 del ecosistema Agroindustria y Alimentos en Econexia, se logró la participación de 1.250 empresarios entre oferentes y demandantes, y más de \$9.171 millones de pesos en expectativas de negocios

La OIT calcula que las mujeres de zonas rurales representan una cuarta parte de la población mundial y que, además, también corresponden al 41% de la fuerza de trabajo agrícola de todo el mundo. Es por esta razón que en Econexia, la comunidad digital de conexiones y negocios, el rol de las mujeres en el agro colombiano está presente a través de las historias de algunas empresas que participan en la vitrina virtual, y también en

las ferias que hacen parte del ecosistema de Agroindustria y Alimentos. Una de ellas es Chocoshow.

A nivel mundial, 40% de las labores del sector agroindustrial son realizadas por mujeres y, en Colombia, hay más de cinco millones de trabajadoras agrícolas, una amplia representación que merece ser resaltada y que supone la constante mejora de las condiciones en las que se emplean, y

no solo por el bienestar de ellas. Según un estudio de la FAO, si las agricultoras contaran con el mismo acceso a los recursos que los hombres, la cifra de personas que padecen hambre en el mundo podría reducirse en hasta 150 millones.

Entendiendo estas dinámicas y la



importancia del rol de la mujer en el agro, Fedecacao decidió en 2016, elegir a una mujer cacaocultora con conocimiento en la Federación y el subsector para que representara la imagen del cacao a nivel nacional e internacional, con el fin de destacar el papel de las más de 11.103 mujeres agremiadas en Colombia que participan en toda la cadena de valor de producción del cacao. Así nació María del Campo.

“El cacao se vio como un cultivo que propendería por la paz en zonas donde podría haber algún conflicto armado, por lo que se decidió ponerle un rostro que representara no solo a las familias cacaocultoras, sino también, a todas las familias que participan de la agricultura en el país. Además, María del Campo se convierte entonces en la manera de compartir con los mercados internacionales los productos de la cacaocultura colombiana”, afirma Liliana Jiménez, quien representa a María del Campo desde su creación.

Así mismo, con el fin de visibilizar a la mujer, la Federación también ha desarrollado programas de capacitación y formación para las mujeres que hacen parte de sus proyectos, incluyéndolas y resaltando su papel en todos los procesos de la industria.

En esta línea, cabe resaltar que en una de las ferias que integra a toda la cadena de producción de este maravilloso y tradicional sector, Chocoshow, la cual hace parte del ecosistema de Agroindustria y Alimentos en Econexia, la mayoría de las

expositoras son mujeres cacaocultoras, chocolateras artesanales, que reflejan el rol protagónico que ellas asumen en el desarrollo de la agroindustria del cacao y el chocolate en Colombia.

“Si lo pensamos, la agricultura siempre ha sido más de la mujer, y sigue siendo ella quien está pendiente de la tierra, revisa la calidad de las semillas, quien ve opciones para cuidar de los recursos naturales y quien identifica las prácticas que dan mejores resultados en la cosecha. El rol es enorme y no podemos desconocer tampoco el trabajo de aquellas que impulsan el campo desde las áreas administrativas, técnicas y desde la investigación”, asegura María del Campo.

En cuanto a las vitrinas virtuales del ecosistema de Agroindustria y Alimentos de Econexia, se encuentran empresas que tienen definido su apoyo a la mujer agricultora y emprendedora, tal como TierraCol, una empresa que apoya a los productores del campo y artesanos de Colombia, fundada en el año 2017, y cuyos artículos son producidos en un 60% por mujeres.

“Somos ese puente que conecta al pequeño campesino y productor con el consumidor final, eliminando así la intermediación que existe en la cadena de suministro. Queremos apoyar a todos los empresarios del campo, que día a día bajo el sol, la lluvia, el viento, labran la tierra para llevar a nuestro hogar los alimentos”, sostiene María Paula Acevedo, directora general de TierraCol.



Esta compañía participó en el programa iNNpulsa Empodera, una iniciativa liderada por iNNpulsa Colombia y el Ministerio de Comercio Industria y Turismo para fortalecer los emprendimientos innovadores colombianos, obteniendo el tercer lugar entre 600 empresas que aplicaron a esta convocatoria.

En TierraCol, se pueden encontrar productos exclusivos que de otra manera se verían solamente en los mercados de los pueblos o en las ferias especializadas. La página cuenta con más de 400 productos nacionales innovadores como el manjar de papa, el licor de borjón y chontaduro, y el arequipe de yuca, producidos en su mayoría por mujeres, a quienes esta plataforma les brinda asesoría y acompañamiento en desarrollo de producto, de marca y de empaque, para que ellas lleven sus emprendimientos donde siempre soñaron.

De igual manera, Acevedo cree firmemente que "es necesario dignificar y formalizar la labor de la mujer en el campo, pues sus aportes son inmensamente valiosos y los consumidores se interesan cada vez más por que las empresas a las que les compran manejen el tema social. Si una compañía no reconoce a las mujeres dentro de su cadena de valor, perderá validez y ventas, pues habrá otras que sí lo harán".

Econexia como apoyo al sector agroindustrial

La agroindustria se consolidó como uno de los sectores más fuertes de la economía colombiana al tener un crecimiento de 2,8% en 2020, pese a los efectos económicos de pandemia. Así pues, Econexia se convierte en una oportunidad para que muchas empresas de este sector logren contactos claves para impulsar sus negocios a nivel nacional e internacional. Tan solo en la primera rueda de negocios del 2021 del ecosistema Agroindustria y

Alimentos, se logró la participación de 1.250 empresarios entre oferentes y demandantes, y más de \$9.171 millones de pesos en expectativas de negocios, cifras que ratifican que Econexia gracias a su modelo virtual continúa siendo un escenario para potencializar la economía del país.

"La comunidad digital nace en el momento perfecto en el que necesitábamos como campo colombiano conexiones diferentes a las generadas en la presencialidad. Cuando viene esta nueva realidad que nos lleva a buscar formas diferentes de hacer las cosas, Econexia significa el contacto no solo entre oferentes, sino también con las personas que están buscando lo que nosotros tenemos para así construir relaciones comerciales", menciona María del Campo. En la misma línea, resaltando los aportes que Econexia le ha brindado a su



compañía, María Paula Acevedo afirma que, "Es una comunidad con oportunidades únicas para mostrar el trabajo de nuestros

agricultores. Hemos participado en las ruedas de negocios virtuales que allí se realizan, y realmente nos ha parecido un espacio muy organizado. Nuestros empresarios han estado allí y han cerrado valiosos negocios, incrementando su visibilidad en el mercado y por supuesto sus ventas".

Sobre Econexia:

Econexia, es el ecosistema digital de conexiones y negocios soportada en comunidades empresariales de MiPymes y emprendedores de diferentes industrias del país que convergen a través de más de 40 ferias representativas de la región. En éstas, las comunidades de empresarios estarán vinculadas en cinco clústers claves de la economía, como lo son: **Agroindustria y Alimentos; Moda y Confección, Industria y Medio Ambiente; Economía Naranja e Industrias Creativas; Estilo de Vida y Consumo.**

Esta iniciativa es una realidad gracias al trabajo en conjunto entre Corferias, la Cámara de Comercio de Bogotá, Gobierno de Colombia, Colombia Productiva, Compra lo nuestro, iNNpulsa Colombia, Procolombia, FONTUR, la Alcaldía de Barranquilla y Gobernación de Boyacá.

Si desea conocer más información, diríjase a las redes sociales de econexia: @econexia, en Facebook, Twitter e Instagram y visite el sitio web de ECONEXIA: www.econexia.com

Hoy arranca operaciones nuevo neobanco con capital de \$50 mil millones

Con transacciones gratis y alta rentabilidad nace IRIS

Primer neobanco colombiano especializado en empresas

- Estados Unidos, Brasil y Rusia son los 3 países líderes en neobancos al evaluar el número de usuarios, procesos de financiación y magnitud de los inversionistas, asegura la firma de investigación WhiteSight.
- Los 4 neobancos más antiguos del mundo son Tinkoff fundado en 2006 en Rusia. Sofi y Chime de EEUU en 2011 y 2013 respectivamente y N26 en 2013 en Alemania.
- A diciembre de 2020, los principales neobancos de EEUU recaudaron fondos por \$5.3 mil millones mientras que en el Reino Unido la cifra fue de \$3.5 mil millones y en LATAM \$2.3 mil millones, señala WhiteSight.
- OakNorth, C6 Bank y Dave son 3 de los 20 neobancos que en menos de 3 años alcanzaron el título de unicornio*.
- Los neobancos son entidades financieras que trabajan íntegramente en un mundo digital. Se presentan en dos formas: Startups es decir las empresas que inician desde cero, y requerieren licencia regulatoria y colaborativos, cuando desarrollan toda su estructura tecnológica sobre la base de la operatividad de una entidad ya existente.
- IRIS es el primer neobanco colombiano 100% colombiano y absolutamente enfocado en ofrecer un servicio especializado en empresas luego de un detallado estudio que incluyó escuchar más de 100 empresarios colombianos.
- Según el DANE en el primer trimestre 2021 nacieron 96.431 empresas, es decir, 9.3% más que en el mismo periodo de 2020.

El 8 de junio de 2021 nació IRIS, el primer neobanco especializado en el segmento corporativo. Creado por y para las empresas y negocios de Colombia. IRIS es 100% colombiano, 100% digital y 100% ágil. El neobanco llega a transformar la forma de atender al segmento empresarial, dejando atrás las cuotas de

manejo y los procesos complejos, e implementando soluciones reales y medibles como la reducción de costos mes a mes.

IRIS by Financiera Dann Regional Compañía de Financiamiento S.A. es el primer neobanco especializado en empresas que

nace en Colombia y desde hoy es posible usar sus servicios desde cualquier lugar, dado que el 2 de junio del presente año, la Superintendencia Financiera de Colombia, emitió la aprobación del reglamento de “Cuenta de Ahorros Digital de Financiera Dann Regional Compañía de Financiamiento S.A. producto IRIS”.

“Los empresarios colombianos siempre están abiertos a las innovaciones y con la pandemia se ha hecho más urgente optimizar el tiempo y mejorar la rentabilidad, por eso, hablamos de agilidad y transparencia.

Definitivamente, somos la nueva generación de las entidades financieras con transacciones 100% digitales, seguras y rápidas, aspectos que conocen millones de colombianos en sus cuentas personales, pero que no existían en el segmento empresarial, por eso creamos IRIS, una marca con productos y servicios innovadores”, explica Lorenzo Garavito, presidente de esta Entidad.

Con su publicidad irreverente y con su logo diferencial, el neobanco quiere comunicar que a través de sus productos las empresas sin importar su tamaño tienen control, seguimiento y acompañamiento.

El primer producto del neobanco es una cuenta de ahorros empresarial 100% digital, creada luego de un detallado y riguroso proceso de investigación de mercado que incluyó escuchar atentamente y durante varios meses, las principales necesidades de los empresarios colombianos y buscar la forma de

resolverlas teniendo siempre la experiencia de los usuarios como centro de la estrategia.



Lorenzo Garavito

Transacciones gratis, cuenta rentable y sin cuota de manejo

Hace 2 años, Financiera Dann Regional empezó a mover sus fichas para lanzar IRIS en 2021 con una oferta contundente, atractiva y usable desde el primer día de su anuncio.

“IRIS nace cuidando el tiempo de nuestros clientes que es un recurso vital, por eso decimos que uno de nuestros diferenciales es la agilidad para mejorar la experiencia de los usuarios, por ejemplo, el trámite de la solicitud de la cuenta de ahorros empresarial de comienzo a fin toma apenas

5 minutos en la plataforma y la aprobación un máximo de 24 horas, una vez en funcionamiento el empresario o emprendedor puede realizar seguimiento en tiempo real para tomar decisiones oportunas, gestionar permisos de las operaciones financieras según los perfiles de los empleados y acceder a todo tipo de gráficos e información resumida que agiliza los procesos administrativos, financieros y analíticos”, añade Garavito.

Uno de los grandes atractivos de la cuenta de ahorros son las transacciones interbancarias gratuitas según el saldo que maneje la empresa. Por ejemplo: Toda cuenta recibe 50 transacciones gratuitas, con saldo hasta \$50 millones el número sube a 100, con \$250 millones recibe 200 transacciones y un saldo promedio de \$500 millones obtiene 500 transacciones gratuitas.

Otro factor pensado en el bolsillo de los empresarios para su reducción de costos es no tener cuota de manejo, aspecto que en estos tiempos de reactivación económica es vital.

“Con el paso de los meses, estaremos compartiendo nuevos servicios conectados a la cuenta de ahorro y los demás productos que harán parte de nuestro amplio portafolio 100% digital que, por supuesto, también tendrá soluciones de pago, financiación, tarjetas digitales, entre otros, todos para facilitar el control de los gastos”, explica Garavito.

IRIS es lo que los expertos definen como la nueva generación de la banca que funciona

magnífica y completamente a través de internet, con un robusto sistema de seguridad, diseño amigable y sencilla configuración para facilitar y no complicar los procesos a los empresarios.

Lo anterior, toma una relevancia especial en el contexto de la pandemia donde diversos analistas mundiales han señalado que los neobancos son el futuro de los servicios financieros en un planeta post-Covid, ya que el origen digital de estas entidades nace alineado con la necesidad de adaptarse al distanciamiento social y la aceleración de la revolución tecnológica y que ha llegado a todos sectores de la sociedad, solo que en el mundo financiero con una velocidad exponencial.

Todas las empresas y negocios de Colombia pueden ingresar desde hoy mismo a www.irisbank.co para inscribirse a la lista de espera y ser parte de los primeros empresarios en transferirse al futuro de la banca.

Top 5 de los dolores de los empresarios

Durante la investigación de mercado, los creadores de este neobanco realizaron cientos de focus group con líderes de diversos sectores y perfiles, lo que les permitió construir el listado de los 5 dolores de los dueños de empresas pequeñas y medianas que constituyen el 95% del tejido productivo del país. Estos son:

1. Cobros por cada transacción
2. Largos tiempos de respuesta en sus trámites

3. Pagos de intereses que no apoyan su crecimiento
4. Gran cantidad de requisitos para abrir una cuenta empresarial
5. Filas eternas donde pierden tiempo valioso que podría aumentar su productividad

“Al ser el primer neobanco creado por y para empresarios entrevistamos gerentes, directivos, jefes administrativos, encargados de nómina, entre otros porque queríamos conocer de cerca su día a día.

Luego empezamos a diseñar soluciones y en el proceso de implementación realizamos pruebas para garantizar el adecuado desempeño de IRIS, asegurando a las empresa y negocios de Colombia una nueva experiencia en los servicios financieros”, narra Garavito.

Soluciones IRIS

IRIS llega en un momento en el que, según las cifras, los consumidores están cada vez más familiarizados con el uso de los canales digitales y la realización de transacciones desde los celulares.

Según el informe de operaciones de la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), las oficinas físicas tuvieron el quinto porcentaje más bajo en la participación de operaciones monetarias mientras que los canales preferidos son telefonía móvil con 42% y computadores con 21%.

Hacer realidad las 5 solicitudes más frecuentes de los empresarios colombianos

fue el norte en el proceso creativo de IRIS que llega con:

1. Mayor rentabilidad
2. Atractiva reducción de costos
3. Rápidos tiempos de respuesta
4. Reducción del papeleo para abrir cuenta de ahorros
5. Máxima seguridad del sistema y control detallado de los permisos de acceso

Según las proyecciones, IRIS espera llegar a más de 6.000 empresas del país y realizará operaciones superiores a \$80 mil millones durante el primer año de operaciones.

Precisiones importantes

1. **La palabra banco no es sinónimo de neobanco, ni válida para describir a IRIS.** Jurídicamente es importante no usar la palabra banco para describir a IRIS porque se trata de una nueva marca de Financiera Dann Regional Compañía de Financiamiento S.A. En ese sentido, el uso de la palabra banco es inapropiado y tiene implicaciones legales establecidas en el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero, según el cual, la entidad es una compañía de financiamiento y no banco. Esa imprecisión podría dar lugar a requerimientos del Regulador. Además es vital evitar cualquier confusión a los consumidores de que se trata de un banco o entidad vigilada independiente.

2. **Respecto a la marca:** IRIS es una nueva marca de Financiera Dann Regional Compañía de Financiamiento S.A. mediante la cual presta una innovadora oferta de servicios 100% digitales, ágiles y amigables.
3. **Respecto a la experiencia en el sector:** IRIS es una nueva marca y modelo de negocio de Financiera Dann Regional, que es una compañía de Financiamiento con más de 25 años en el mercado siendo aliado estratégico de empresas de diversos sectores como construcción, infraestructura, telecomunicaciones, comercio y educación. A la cual, la SFC el 2 de junio de 2021, autorizó el reglamento de su cuenta de ahorros digital IRIS.
4. **Respecto al origen:** IRIS fue creada por un equipo interdisciplinario integrado por innovadores y visionarios profesionales quienes se pusieron en marcha a finales de 2019 con la premisa de aplicar nuevas tecnologías e innovación a la creación de productos financieros en los que el cliente vive una experiencia grata en un sistema intuitivo.
5. **Respecto a la financiación:** IRIS fue estructurado a través de Financiera Dann Regional Compañía de Financiamiento S.A. que cuenta con

cerca de 25 años de existencia en el mercado.

Glosario

Neobanco: Según definición tomada del libro “El desarrollo Jurídico de las Fintech” de Erik Rincón, “los neobancos son una categoría de Fintech que abarca todas las operaciones y procesos propios de la Banca, pero con un soporte diferente: presencia digital”.

***Unicornio:** según el Diccionario El Economista, se refiere a una empresa tecnológica que alcanza una valoración superior a los 1.000 millones de dólares en los mercados de inversión privada, es decir, que no cotizan en bolsa. Se suele considerar a la inversora Ann Lee como la creadora del término en un artículo del sitio especializado TechCrunch publicado en noviembre de 2013.

Sobre IRIS

Nace en Colombia IRIS el primer neobanco especializado en el segmento corporativo. Creado por y para empresarios. IRIS es 100% colombiano, 100% digital y 100% ágil. Es una nueva marca de Financiera Dann Regional Compañía de Financiamiento S.A, con cerca de 25 años de trayectoria en el mercado y vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia.



Angela Valiente 3155765933

Sofia Gómez 3182918347

Con Fincomercio más de 2 mil microempresarios le van ganando la batalla a la pandemia

Microempresas: peluquerías y cafeterías cuentan cómo han salvado sus negocios

- Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), en marzo de 2021, la tasa de desempleo llegó al 14.2%, lo que ha llevado a miles de colombianos a emprender.
- En el mismo informe, el DANE asegura que existen 5.4 millones de microempresas en todo el territorio nacional.
- Según Confecámaras, entre enero y marzo de 2021 se crearon 96.431 unidades productivas, 72.686 como personas naturales y 23.745 son jurídicas, demostrando que la dinámica de creación de empresas fue positiva para emprendedores y microempresarios.
- Las 3 actividades económicas que lideran las pymes revelan las siguientes cifras en número de empresas. En primer lugar está el comercio con la reparación de autos y motos que equivale a 1.4 millones de compañías. La segunda actividad está integrada por agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca con 1.1 millones de firmas, y a la tercera pertenece a la industria manufacturera con 549.374 de empresas, según el DANE.
- 80% de los créditos solicitados en Fincomercio por microempresarios en 2020 fueron inferiores a 8 millones de pesos, lo que demuestra la importancia de los créditos de bajo monto para la

inmensa mayoría de microempresarios y emprendedores colombianos.

- Según la Asamblea General de la ONU, junio es el mes de las microempresas, fecha decretada desde el 6 abril de 2017.

Diego Plaza, Yolanda Suárez y Marleny Ávila han tenido los 15 meses más retadores en su carrera como microempresarios. Primero, la llegada de cuarentenas que parecían temporales, luego, la declaración oficial de los cierres permanentes y recientemente, el paro nacional. Tres factores letales que han estado a punto de quebrar sus negocios. Afortunadamente los han salvado usando microcréditos.

Estos 3 colombianos hacen parte de miles de empresarios que en junio, mes de las pequeñas y medianas empresas narran con optimismo y esperanza que acceder a los microcréditos que ofrece Fincomercio en un rango de \$1 millón a 8 millones ha sido fundamental para seguir generando empleo y mantener activa su operación.

“En este momento tan particular de la historia, las cooperativas y en general el sector solidario, está llamado a apoyar a las microempresas, porque son fundamentales en la economía nacional y en la generación de empleo, nosotros desde la cooperativa, nos hemos enfocado en atender con especial atención, y con modelos flexibles, a los microempresarios,

porque en la medida que estas empresas progresen, el país tendrá más oportunidades de desarrollo” afirma Gloria Gutiérrez, Subgerente Comercial de Fincomercio.

Según las más recientes cifras del DANE, publicadas en marzo de 2021 en Colombia existen 5.4 millones de microempresas. Fincomercio en la actualidad cuenta con 2.038 microempresarios quienes en esta época de crisis han encontrado en el microcrédito y los beneficios sociales que ofrece la Cooperativa, un soporte para salvar su negocio, además de recibir beneficios emocionales, familiares y recreativos que ayudan a mantener su buena salud emocional, mental y física.

Respecto a la edad de los comerciantes, el listado lo lideran con el 47% personas entre 41 a 60 años, el 38% tienen de 26 a 40, el 11% son mayores de 61 y el finalmente 4% integrado por los más jóvenes con un promedio de 18 a 25 años.

Estos microempresarios están ubicados en su mayoría en Bogotá con 75%, Cundinamarca 10%, Boyacá 2%, Antioquia 2% y Valle 1%. Al revisar las cifras por género, 57% son mujeres, y 43% son hombres.



La voz de los microempresarios colombianos

“Al inicio de la pandemia, ocurrió algo interesante con las consultas veterinarias, se incrementaron muchísimo porque los dueños estaban

más con sus mascotas en casa y podían ver sus dolencias con mayor facilidad. Sin embargo,

entre mayo y junio del 2020, las consultas pasaron de 40 por semana a 10, lo que afectó económicamente mi negocio al no tener los recursos suficientes, ni siquiera, para pedir insumos médicos y concentrados para los animales.

Hoy puedo decir que logré sacar adelante mi negocio con un microcrédito de Fincomercio que me permitió realizar un impulso económico para la compra de insumos, y me alcanzó, para mejoras locativas de la veterinaria”, asegura Diego Plaza director y médico veterinario de Tara Vets and Pets.



“Durante el primer año de pandemia, la gente no salía de sus casas y yo no vendía, lo que ocasionó una reducción del 50% de mis ingresos en la cafetería.

Inicialmente,

empecé a ofrecer domicilios y a repartir volantes para lograr algunas ventas. Sin embargo, eso no era suficiente para salvar mi cafetería porque el arriendo y los servicios son costosos. Gracias a un microcrédito que me dio Fincomercio pude pagar los meses atrasados a mis arrendadores, comprar insumos y pagar sueldos, y gracias a Dios no tuve que despedir empleados, pero si, tuve que llegar a acuerdos de pago”, narra Yolanda Suarez, dueña de cafetería.

“Bajar de atender 80 a 100 personas a la semana a apenas 30 y 40 en el salón de belleza fue bajar de \$7 a \$3 millones en ventas semanales. Ese fue un cambio drástico en términos económicos. Lastimosamente, tuve que despedir a 3 empleados porque no me



alcanzaban los ingresos para pagar servicios, arriendo y sueldos. No es la primera vez que recurro a Fincomercio, pues ya me habían ayudado con la universidad de mis dos hijas, pero en esta oportunidad

era diferente, porque les pedí apoyo para salvar mi negocio. Con la respuesta rápida de la cooperativa, logré comprar mi local, realizar mejoras locativas y lo más importante, salvar mi negocio”, afirma Marleny Ávila, dueña de salón de belleza.

La Cooperativa lleva más de 6 décadas aplicando los principios solidarios, lo que se traduce en atender a miles de colombianos para quienes emprender es uno de sus sueños más anhelados.

Estar al lado de los microempresarios es apoyar su crecimiento, ofrecer créditos flexibles y productos de ahorro e inversión de alta rentabilidad, labor que ha sido y será siempre una apuesta de la cooperativa como una forma de apoyar la economía de colombiana.

Alianza Fondo Nacional de Garantías

Fincomercio cuenta con la opción de línea de créditos en alianza con el Fondo Nacional de Garantías a través del proyecto ‘Unidos por Colombia’ que busca reactivar la economía en medio de la pandemia y facilitar a los microempresarios el acceso a créditos, en especial para infraestructura que les permita desarrollar su empresa o emprendimiento.

Los datos consolidados de esta alianza con el Fondo Nacional de Garantías nos dejan ver que “los créditos son usados mayoritariamente para capital de trabajo en 3 factores. Primero, son utilizados para comprar maquinaria para desarrollar la actividad de la empresa. Segundo, pago del arriendo del establecimiento donde esta ubicado el negocio y tercero, para la compra de activos, es decir, materia prima para su emprendimiento”, añade Gutiérrez

Fincomercio y la línea “Avanza”

Inicialmente la cooperativa tenía una línea de microcrédito con servicio presencial, es decir, era necesario el desplazamiento hasta las oficinas, lo cual, representaba limitantes para el empresario ya que debía tener su microempresa cerca de las sucursales de Fincomercio. Ahora que la cooperativa cuenta con la línea “Avanza” ofrece cobertura digital en las principales ciudades del país, aspecto vital ahora que con la pandemia los colombianos deben evitar los desplazamientos.

“Hablar de la línea “Avanza”, es hablar del microcrédito que permite a los microempresarios colombianos contar con financiación, acompañada de diversos beneficios, como el acceso desde cualquier región de Colombia, bajos costos en las tasas de interés, financiación desde 1 salario mínimo y flexibilidad en los procesos, por ejemplo, el desplazamiento del Gestor hasta el negocio, para que el empresario no pierda tiempo laboral” explica Gutiérrez



Ángela Valiente 315 576 5933
Sofía Gómez 318 2918347

Colombiano, consume colombiano... clave del éxito para reactivar la economía del país

“Unámonos por Colombia”:

Juan Felipe Loaiza, CEO MAT

- MAT, extiende un mensaje para que todos los colombianos unan esfuerzos en pro de construir una mejor sociedad y los invita a que entre todos se impulse la industria nacional.
- En la actualidad y con menos de un año de funcionamiento, MAT registra más de 400 descargas diarias.
- Hoy la comunidad MAT cuenta con más de 20 mil usuarios y cerca de 17 mil conductores.

Colombia pasa por un momento de transformación en el que necesita que el país una esfuerzos en pro de construir un mejor futuro.

En esta línea MAT, aplicación 100% colombiana dedicada al transporte de pasajeros en Bogotá, hace un llamado a la unión, la tolerancia y a crear espacios de diálogo que contribuyan a la construcción de una mejor sociedad.

Bajo este panorama, la aplicación, reafirma su intención de continuar trabajando en pro del sector de taxistas y conductores y lidera iniciativas que contribuyen a la unión de los actores que convergen en esta actividad económica y así brindar un excelente servicio a los usuarios, en medio de un ambiente pacífico y empático.



Ante esto, Juan Felipe Loaiza, CEO de Mat comentó que “comprendimos que la reconciliación y el diálogo son el camino para acercarnos y mejorar la convivencia en las calles de nuestra comunidad.

Apostamos al talento nacional e invitamos a todos los ciudadanos a que entre todos nos apoyemos, a que consumamos y compremos colombiano”.

MAT, llegó al mercado de las aplicaciones en agosto del 2020, en medio de una pandemia mundial, convirtiendo su funcionamiento y acogida entre los habitantes de la capital en un reto.

Hoy por hoy, este emprendimiento hecho en Colombia, cuenta con más de 20 mil

usuarios y el número de descargas ha aumentado, permitiendo así que día a día se registren alrededor de 400 descargas, lo que demuestra que en un año atípico MAT continúa creciendo.

“Como colombianos creemos en las oportunidades, sabemos que esta pandemia ha dejado a miles de familias sin la opción de tener un ingreso seguro, es por eso que le apostamos a la innovación y la tecnología como una manera de aportar a la economía de estas familias en nuestro país” aseveró el CEO de la app. Además, la seguridad y la confianza son primordiales; gracias a la tecnología implementada, hoy los usuarios viajan más seguros y las mujeres cuentan con el botón púrpura, diseñado por la Secretaria Distrital de la

Mujer, sin contar con los protocolos de seguridad que permiten conocer en segundos, los antecedentes tanto de conductores como de los usuarios.

“En MAT estamos comprometidos con Colombia, trabajamos día a día, no solo por brindar excelentes experiencias a nuestros usuarios y embajadores, sino que diseñamos estrategias que reafirman nuestro compromiso social con la nación, dejando un legado de unión y perseverancia para todos. Unidos cambiaremos el rumbo de nuestro país” finalizó Juan Felipe Loaiza.



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

Cuatro consejos imprescindibles para proteger la información en pandemia



- A diario se bloquean más de 60 mil mensajes con enlaces sospechosos o maliciosos relacionados con el Covid-19
- Cerca del 90% de los incidentes informáticos empiezan por hacer clic en mensajes a los que no debíamos.

La ciberseguridad no dejará de ser un tema de gran relevancia para las empresas y ciudadanos. Precisamente el programa de Seguridad Aplicada al Fortalecimiento Empresarial (SAFE) del TicTac realizó un conversatorio con grandes expertos en el tema donde se destacó que el 90% de los incidentes informáticos empiezan por hacer clic en mensajes a los que no debíamos.

Según cifras reveladas por Microsoft a diario se bloquean más de 60 mil mensajes con enlaces sospechosos o maliciosos relacionados con el Covid-19 situación que demuestra la necesidad de implementar algunos consejos para combatir las ciberamenazas.

Frente a esto, Juan Hover González, gerente de Seguridad Informática de Claro

Colombia, aseguró que al tener todo el equipo laboral de forma remota los dispositivos móviles son hoy día una puerta de entrada a diferentes labores como redes sociales no solo personales, sino también corporativas, por ello, se requiere seguir algunos consejos:

1. Actualizar

Es normal que los sistemas operativos y aplicaciones requieran constantes actualizaciones, con las cuales se ajustan funciones y errores. Con esto se disminuyen los riesgos, dado que los desarrolladores blindan más los sistemas frente a amenazas identificadas. Sin embargo, muchos usuarios prefieren no actualizar temiendo impactos en el desempeño.

2. Cifrar información – configurar seguridad

Una de las prácticas que no son tan frecuentes en los usuarios es configurar el control y seguridad de sus dispositivos ya que así es una forma más rápida de acceder a la información, pero esto abre brechas de seguridad. Al blindar el dispositivo con sus configuraciones de seguridad se custodia no solo la información personal, sino también de la organización. Las personas tienen asociados sus dispositivos personales y laborales (enlazan perfiles y contactos), hay una tendencia a robar sus credenciales de usuarios a través de ingeniería social, y si el dispositivo no se regulariza, los defraudadores pueden tener acceso por ese medio a la red de la organización.

3. No hacer jailbreak

El llamado proceso de “jailbreak” se les practica a los dispositivos para actualizarlos libremente, a la medida del usuario y levantando las restricciones del fabricante.

Algunas personas lo hacen para tener más control de lo que instalan, realizar modificaciones y manejar las capacidades del equipo.

Con esto se liberan espacios de memoria y se permite acceso para instalar aplicaciones no oficiales, pero lastimosamente disminuye los parámetros de seguridad del

dispositivo, una ventaja que puede ser aprovechada por los defraudadores.

4. Desconfiar

Sin duda uno de los mayores problemas de los usuarios, es creer en todos los mensajes que ofrecen grandes premios, por esto la recomendación principal es, desconfíe. Este es el mayor anzuelo que usan los defraudadores.

Sea incrédulo con cosas que no parecen normales, y que se conectan con asuntos de la actualidad del país pidiéndole que ingrese a un enlace y deje sus datos. Valga anotar que las empresas no solicitan este tipo de información.

Es importante destacar que la seguridad es un tema que nos involucra a todos, en la pandemia las relaciones personales y profesionales están fuertemente ligadas al uso de canales digitales, por los confinamientos. Los defraudadores lo saben y han aumentado las ciberamenazas, por lo que se vuelve necesario ser más críticos con los mensajes a los que se les da clic.

Lorena Mesa

Coordinadora de Comunicaciones
Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones - CCIT
lorena.mesa@ccit.org.co
+ 571 756-3456 - 3013513806
www.ccit.org.co

Deep Web: una manera de navegar verdaderamente anónima

Cuando se menciona el término “Deep Web” (Web profunda) muchos se imaginan un callejón oscuro de la ciudad donde los criminales pueden ir a comprar y vender drogas, armas, entre otros delitos. Al asociarse el término con actividades siniestras e ilegales, la persona del común prefiere no querer saber más del tema pues lo ve como algo lejano y prohibido.

El término “Deep Web” fue acuñado simplemente para denotar la información que se encuentra en internet que no se puede indexar en un buscador como Google.

Es decir, algo tan mundano como la página web del RUNT donde se puede consultar la información de un vehículo dada la placa y la cédula del propietario sería “deep web”, pues es un sitio web que no puede ser indexado por Google. Por lo anterior se empezó a utilizar el término “Dark Web” o “Web Oscura” para referirse puntualmente a las redes dedicadas a actividad anónima (no necesariamente criminal), donde para acceder se necesita software especial y es la que alimenta las teorías conspirativas e historias mórbidas que se comparten.

La privacidad en Internet

De la misma manera que para manejar un vehículo necesitamos unas placas asociadas al mismo, siempre que usamos internet tendremos asociada una dirección IP que permite identificarnos y ubicarnos.

Cuando usuarios novatos intentan realizar actividad criminal en internet (amenazas de muerte, publicación de información privada

o ilegal, ejecución o transmisión de malware, etc.) son fácilmente identificados por los registros IP que tienen proveedores de internet y que asocian una IP con la persona u organización que tiene adquirido el servicio de internet.

Pero de la misma forma que las autoridades y los proveedores de internet pueden usar dicha información para identificar criminales, también pueden usar dicha información para obtener el historial de páginas web visitadas por todos los ciudadanos, monitorear sus mensajes en redes sociales y hacer perfiles de sus posturas políticas con los cuales después podrían perseguir o afectar poblaciones específicas.

Redes como Tor, que solo puede ser accedida utilizando el navegador del mismo nombre, se puede descargar sin costo y sin necesitar un equipo sofisticado. Una vez se instala el navegador, se puede usar como cualquier otro para entrar a sitios web como Google o Wikipedia, con la diferencia que su dirección IP original no queda en los registros de los proveedores de internet.

Como todo en la vida, al ganar algo tenemos que dar algo a cambio, y en este caso, el obtener anonimidad perdemos tiempo de respuesta, pues entrar a un sitio web cualquiera se hace más demorado, pues la red Tor opera usando criptografía y varios nodos para camuflar nuestro tráfico.

Por lo anterior, la red Tor no fue pensada para hacer actividades fuertes en consumo como ver películas en HD en Netflix, sino que la idea es poder tener conversaciones con otras personas o compartir información (foros, chat, correo) sin el riesgo de ser monitoreado.

“La criptografía y tecnologías que dan anonimidad no son malas per se, sino que dependen del uso que se les dé.

Si una persona utiliza un cuchillo para hacer un asalto, uno no debe prohibir la venta de cuchillos, sino legislar y capturar a quienes hacen la actividad criminal”. afirmó **Damián Salcedo**, ingeniero Cyte.



efe Concepto Lab

Viviana Martínez: 3004848362

Liliana Lozano Almario: 311 2514807



En Colombia un porcentaje mínimo de empresas se ha preocupado por la privacidad de su nómina

La criptografía es la tecnología idónea para salvaguardar información sensible que estará expuesta en las transacciones de la nómina electrónica.

Apocos meses del día cero para la implementación de la nómina electrónica en el país, la gran mayoría de empresas han prestado atención a la elección del software, para la

realización de las transacciones, pero muy pocas han puesto sus ojos en la seguridad de la información sensible que se mueve en entre su compañía y los bancos.

De acuerdo con lo establecido en la nueva Resolución 000037, la fecha de inicio de la habilitación en el servicio de nómina electrónica será el día 1 de agosto de 2021.

En cuanto a la fecha límite para la generación y transmisión del documento de soporte de pago de la nómina electrónica y de las notas de ajuste se establece un calendario dividido en varios grupos.

Con esta nueva resolución de la DIAN es la primera vez que se están exponiendo datos masivos de pagos de los colombianos, *“las organizaciones deben ser conscientes de la enorme sensibilidad que tiene la información de la nómina electrónica en cuanto a privacidad. Un escenario en el que se divulguen a personas no autorizadas estos datos y cifras sería de alta gravedad para las organizaciones, por este motivo es necesario que tecnología como la criptografía esté presente para asegurar la protección de esta información”*, alerta **Milton Quiroga, gerente de Cyte.**



Para **Milton Quiroga, gerente de Cyte**, expertos en criptografía, garantizar la privacidad de esta información de nómina electrónica solo se puede lograr a través de tecnología avanzada como la criptografía:

“Asegurar que esta información (sueldos) llegue directamente al banco sin que un adversario tenga acceso a esta y pueda tener control para modificar los datos, solo se puede lograr incorporando la criptografía en la misma aplicación en la que se realizan los pagos”.

Este es un llamado de alerta para las áreas de recursos humanos de las empresas que planean implementar la nómina electrónica que solicita la DIAN, para que puedan garantizar el cuidado de los datos y la información sensible de sus empleados; estas compañías necesitan incorporar tecnología criptográfica para resolver estos riesgos de privacidad y dar este paso de manera segura.

efe Concepto Lab

Viviana Martínez: 3004848362

Liliana Lozano Almario: 311 2514807



“Soldado advertido no muere en guerra”, 2021 será el año de consolidación de la tecnología para enfrentar retos corporativos

Enfrentados a una dinámica cambiante en la economía y los procesos corporativos, empresas de todos los sectores que intentan seguir de pie ante la crisis, deben estudiar de manera juiciosa alternativas que les permita gestionar adecuadamente todos sus recursos.

Dentro de los retos empresariales para 2021 priorizan los económicos para lograr la continuidad del negocio y garantizar la permanencia de los empleos.

Pero tan valiosos como estos aspectos se encuentran también los tecnológicos, que contando con los adecuados y un buen uso de estos, permite que procesos corporativos operen a través de la virtualidad de manera exitosa, dando a los empresarios tomadores de decisiones respuestas acertadas, seguimientos a tareas, objetivos y empleados, y así mismo medir resultados.

Según el I Estudio de Transformación Digital en Colombia realizado por la firma Good Rebels, Colombia Digital y BBVA, antes de la pandemia el 70% de compañías tenían destinado un presupuesto para inversión en Transformación Digital, y solo el 60% invertía menos de 300 millones en áreas como tecnología, personas, organización y procesos, marketing y ventas, y conocimiento del cliente,

panorama que ha ido cambiando a raíz de la pandemia.

Expertos de Digital Ware, compañía colombiana especializada en software, creen que este 2021 continuará con la aceleración de la transformación en las empresas y que para esto se deben tener en cuenta mecanismos que faciliten el trabajo, pero que también le aporten al crecimiento y sostenibilidad de las organizaciones, sobre todo aquellas robustas y de gran tamaño, destacándose:

1. Las empresas necesitan una forma más sencilla para crear software que les ayude a funcionar de manera más inteligente. Por eso el uso de plataformas de bajo código, están ganando campo para facilitar la construcción de soluciones robustas para problemas de negocio complejos.

“Además de que permite crear grandes soluciones tecnológicas especializadas por industria sin necesidad de codificar, en el 2021 debemos apostar por la plataformas

Low-Code marca “COLOMBIA”, como es el caso de OPHELIA-SUITE que es una plataforma amigable, potente, de última tendencia y de calidad mundial”, afirma **Jonier Rojas Caballero**, director de transformación digital de Digital Ware.



2. En temas de gestión humana la tecnología que gestione el 100% del ciclo de vida laboral, donde se pueda medir el comportamiento de los colaboradores en los procesos de evaluaciones, los factores de riesgo, incentivos y no menos importante, lo referente a seguridad y salud en el trabajo, es uno de los factores más importantes para el 2021.

“A raíz del COVID-19 se ha evidenciado la importancia de los datos en línea, donde los directivos pueden tener un diagnóstico más gerencial de su organización y de esta manera identificar en qué estado se encuentran los retos u objetivos para la toma de decisiones. Adicional a esto, ha ganado relevancia la tecnología que facilita

la autogestión y la autonomía en los colaboradores, especialmente en las empresas que cuentan con un gran número de colaboradores en donde su gestión puede llegar a ser inmanejable”, afirma **Javier Neira**, director de la vertical HCM de Digital Ware.



3. Fortalecimiento de canales de comunicación con los colaboradores como la intranet o recursos como softwares para recibir información oportuna, atención, apoyo y seguimiento a las necesidades, incapacidades y tareas asignadas a cada empleado.

4. Implementar o mejorar el ERP de su empresa, ya que estos soportan todos los procesos de negocios y permite obtener información en tiempo real para la toma de decisiones, además de darle mayor competitividad frente a otras empresas.

“Al adquirir un ERP nacional se tiene acceso a una respuesta muy rápida frente a cambios legislativos y la aplicación de los

mismos en la compañía. Además, permite modelar, diseñar y ejecutar todos los procesos con una trazabilidad de los ciclos completos a través de tableros de control, desde los cuales se tiene un monitoreo constante de cada uno de los casos, tener indicadores confiables y en tiempo real, gracias a los cuales se puede determinar la rentabilidad de la empresa, los negocios, los proyectos, los clientes y los productos, entre otros factores importantes” explica **Manuel Humberto Espinosa**, director de Vertical ERP de Digital Ware.

5. Adquirir software que tengan la posibilidad de trabajar desde cualquier navegador y a través de apps para hacer operaciones desde su celular de ser necesario al no contar a la mano con un computador. A su vez, que esté garantizada la seguridad de autenticación de los usuarios, que son mejoras que se están desarrollando en softwares como SEVEN-ERP, como explica Espinosa.

Efe Concepto Lab

Alejandra Morales: 3156739271

Liliana Lozano Almario: 311 2514807



La contaminación microbiana, un problema que cuesta mucho dinero

- Desde los 8 millones anuales, hasta más de 100 millones de pesos puede perder una estación de servicio si no hace el mantenimiento adecuado.
- Con un desarrollo hoy probado, a nivel de laboratorio, escala industrial y a nivel comercial en diferentes regiones del país PQUA®, entrega alto valor agregado en el país, a toda la cadena de suministro de combustibles.

La contaminación microbiana de los combustibles es un problema que afecta a las personas del común, a los transportadores y en general a toda la cadena de distribución y usuarios finales del combustible. Los daños que causan estos microorganismos a los motores, tanques y demás partes internas de los

vehículos, así como a las infraestructuras de las EDS, son tan severos que se traducen en grandes pérdidas de dinero. Los combustibles actuales y más limpios, que tienen mayores contenidos de biocombustibles y mínimos de azufre, han generado nuevos desafíos, entre ellos la contaminación microbiana, de tal forma que

los métodos y procedimientos tradicionales de mantenimiento y control, deben ser revaluados.

“Técnicamente, a través de pruebas de campo y análisis de laboratorio, hemos demostrado que los métodos tradicionales, como el drenado de fondos, el uso de la pomada reveladora del agua, y las sondas de medición en la mayoría de los casos ocultan una realidad, y en el peor de ellos exagera el problema, explica Luis Orlando Delgadillo, Gerente Técnico de Laboratorios SECOT, empresa que desde hace 10 años se dedica al aseguramiento de calidad y consultorías especializadas de combustibles y lubricantes.

“Nos hemos dado cuenta que no basta con retirar el agua libre y los lodos del fondo de los tanques para hacer un control eficiente de los microorganismos, a través de muchos análisis especializados por métodos como el Karl Fisher (humedad), Agua y sedimentos por centrifugación y carga microbial con un equipo de última generación hemos hecho esta validación” explicó el Químico y MBA, Delgadillo

Los costos anuales de los procedimientos tradicionales de mantenimiento en la cadena minorista de combustibles oscilan entre \$4'500.000 y \$12'000.000, dependiendo del número de tanques y su condición, costos que no se reducen y que año tras año pueden estar ocultando una realidad de daños y deterioro de la infraestructura por la acción corrosiva y de degradación de materiales de las bacterias. Situaciones que, dependiendo del tamaño y grado de colonización que tengan estos

tanques, pueden generar mantenimientos correctivos adicionales desde los \$7'000.000 y que pueden significar incluso la necesidad de cambio de un tanque, cuya inversión no es inferior a los 50 millones de pesos, de acuerdo con Delgadillo.

Este no es un problema menor, ya que, como demostró el emprendimiento colombiano PQUA S.A.S., las estaciones de combustible pueden asegurar la calidad de su combustible y la integridad de sus tanques, implementando el programa de buenas prácticas y logrando su certificación PQUA® Premium Quality Fuel (Combustible de Calidad Premium).

Un problema que no afecta solo a las estaciones de servicio

Lo dicho hasta ahora deja entrever el grave daño económico que causa la contaminación microbiana, pero no es el único sector en el que los daños causados por los microorganismos afectan profundamente al bolsillo de cientos de colombianos, también pasa en la industria, sector automotriz y de transporte de carga.

Un daño mecánico por contaminación microbiana puede detener un vehículo durante uno o varios días, cada uno de los cuales le genera pérdidas al dueño de los automotores, no solo por la reparación, que dependiendo del vehículo puede rondar entre 750.000 pesos para un vehículo liviano tipo taxi con sistema de inyección Euro II y llegar hasta los 50 millones de pesos en vehículos pesados con tecnologías Euro IV o superior, sino también pérdidas por stand by.

Los grandes gastos que genera la contaminación microbiana no solo afectan a las empresas, también a las personas del común. Por ejemplo, y como asegura Delgadillo, la revisión y reparación de las diferentes partes de una camioneta diésel con riel común, afectado por contaminación microbiana, pueden costar fácilmente 4 millones de pesos, porque los microorganismos no solo afectan el tanque, sino también la bomba de inyección, filtros e inyectores, entre otros elementos, que se deben reemplazar o limpiar, además ocasionan pérdida de la potencia, mayor consumo de combustible y por ende emisiones. Este valor puede ser mayor en vehículos más grandes, en cuyos casos puede ser de hasta 17 millones de pesos.

Para evitar que los vehículos sean afectados por la contaminación microbiana y, por tanto, que se gasten millones de pesos en su reparación y mantenimiento, hay que cuidar los tanques, los filtros y los inyectores, entre otros elementos que se ven afectados por los microorganismos.

“Para ello se debe usar el tratamiento TAIPAN®, un producto de sello colombiano que se aplica directamente al tanque de combustible, desintegra los microorganismos del combustible y los que están adheridos en las superficies de todo el sistema, limpia los residuos de la descomposición, para que el vehículo esté en óptimas condiciones y el bolsillo también”, finalizó el Gerente de Laboratorios SECOT.

Más Información acerca de Laboratorios SECOT:

Laboratorio que da soluciones técnicas mediante consultoría y análisis de para el control de calidad, diagnóstico y monitoreo en la industria petrolera, manufacturera, minera, transporte, y construcción; ofreciendo a sus clientes, un servicio diferencial caracterizado por: rapidez en la respuesta, resultados confiables, tecnología ajustada a sus necesidades y recurso humano competente.

Más Información acerca de PQUA S.A.S:

Emprendedores de iNNpulsia Colombia, y con el respaldo de Dupont; ofrecen una solución integral a la cadena de suministro de combustibles, que brindan a las plantas de almacenamiento de combustible un sello de Certificación PQUA® PREMIUM QUALITY FUEL COMBUSTIBLE LIBRE DE BACTERIAS & PARTÍCULAS, y con la línea de productos TAIPAN.

Más Información acerca de Taipan®:

Línea de productos de tratamiento antimicrobiano para combustible Diésel & Gasolina; fabricado bajo los más altos estándares de calidad en la planta de producción de la compañía PQUA S.A.S, los productos TAIPAN han sido probados, verificando su compatibilidad con los componentes del motor, sin generar ningún efecto adverso sobre la calidad, integridad y el rendimiento del combustible u otros aditivos.

Efe Concepto Lab

Alejandra Morales: 3156739271

Liliana Lozano Almarino: 311 2514807

Lanzamientos, proyectos y modernización tecnológica, planes de Unión de Arroceros

Con un año que inició en medio de la pandemia y con las dificultades que las diferentes cuarentenas han traído a las empresas de todos los sectores de las industrias, Unión de Arroceros S.A.S, sigue apostando al sector y tiene varios planes para el año en curso.

Los líderes en el sector de la agroindustria, que se han caracterizado por ser una compañía en constante crecimiento, tienen en ejecución la creación de una zona franca en el área de Casanare y una nueva planta de producción, distribución y la inversión en modernizar su tecnología con productos criptográficos de talla mundial.

Fundada por agricultores arroceros tolimeses hace más de media década, la compañía ha entendido que, para mantener su política de exceder las expectativas de consumidores, se debe tener la tecnología como un eje transversal. *“Hoy el área de tecnología es fundamental al interior de Unión de Arroceros S.A.S., tanto por el cumplimiento de nuevas normativas de ley, como por efectividad y apoyo en los procesos internos, además de aprovechar la tecnología para reducir costos y algo muy importante, que es garantizar la seguridad de la información”* afirmó **Juan Zea, líder de Tecnología de esta Compañía.**

Después de un análisis de vulnerabilidad de la información y teniendo en cuenta la importancia de blindarse en este sentido y mantenerse a la vanguardia, Unión de

Arroceros S.A.S. (Arroz Supremo) elige como aliado de tecnología a Cyte, compañía especializada en criptografía, quienes con Crypto-Vault® garantizaron un producto de talla mundial con soporte local y con la referencia de ser utilizado por los mejores bancos del país.

Más de 2 nóminas y todos los pagos a proveedores quedaron blindados con la criptografía de Cyte, *“hoy se tiene la certeza que la información sale de la compañía y llega al banco sin ningún riesgo operacional”* agregó el **Líder de Tecnología.**

Desde el área de tecnologías de la información de la compañía, los retos son grandes, ya que con la modernización se acompañarán todas las expectativas y planes que se tienen a futuro, para esto se realizará la optimización de aplicaciones, nuevas implementaciones a nivel de servidores, optimización de data center, comunicaciones, seguridad informática, entre otros.

Efe Concepto Lab

Viviana Martínez: 3156739271

Liliana Lozano Almario: 311 2514807

Andinitos: Enseñanza a través del juego, la inmersión y el aprendizaje integral

El Colegio Andino, una de las instituciones más reconocidas en el país por su calidad académica, inauguró recientemente Andinitos. Un proyecto que abrió sus puertas en marzo de este año y fue diseñado específicamente para los niños a partir de 3 años de edad.

Andinitos, es un espacio en el que los niños se divierten y aprenden a través de la inmersión, el aprendizaje integral y el juego. Estos tres fundamentos favorecen el desarrollo de destrezas y habilidades, entre ellas la autonomía, la resolución de conflictos y la tolerancia a la frustración.

Así mismo, los niños se familiarizan con el idioma y la cultura alemana de una manera natural, lo cual facilitará su interacción en un mundo globalizado y apoyará el aprendizaje de inglés a partir de primero de primaria. Todo lo anterior permite sentar unas bases sólidas, las cuales serán fundamentales para el aprendizaje a lo largo de su vida académica.



Carolina Ehrlich, directora pedagógica del Kindergarten, dice que “a esta temprana edad queremos aprovechar, que las ventanas de oportunidades de aprendizaje están completamente abiertas. Adicionalmente, a los 3 años hay mayor facilidad de aprendizaje de una nueva lengua en términos de adquisición del vocabulario, mejor pronunciación y la apropiación automática de las reglas gramaticales”.

Los muebles y las herramientas didácticas de Andinitos provienen de uno de los líderes del mercado en el equipamiento para jardines infantiles en Alemania, reflejan las últimas tendencias de la pedagogía infantil y cumplen con todas las normas de seguridad, ecología, estética y diseño.

La infraestructura, la cual es muy importante para el Colegio Andino, fue diseñada pensando en las necesidades de los niños más pequeños, incluyendo insonorización acústica por medio de techos y ventanas, ventilación cruzada, revestimiento de suelos y puertas con sistemas especiales para proteger los dedos de los niños. El diseño de la arquitectura evoca colores y texturas inspirados en la naturaleza y se utilizaron materiales naturales amigables con el medio ambiente.

El Embajador de la República Federal de Alemania en Colombia, Peter Ptassek, aseguró que: “Me gusta el compromiso del Colegio

Andino de avanzar en este proyecto a pesar de la pandemia, pensando e invirtiendo en el futuro... De esta manera, el Colegio se sigue posicionando como un lugar de encuentro entre los dos países.” En este momento son 100 niños los que están disfrutando de todo lo que ofrece Andinitos y se espera que para septiembre de este año sean 128. En cada curso hay 16 niños a cargo de un profesor, nativo alemán y un profesor colombiano, quienes trabajan en equipo con el propósito de enriquecer el aprendizaje por medio de la biculturalidad.

Aunque Andinitos fue concebido mucho antes de la pandemia, sus puertas se abren en un momento coyuntural interesante. “Para nosotros es muy importante poder compensar los meses que muchos niños han tenido sin poder salir a la naturaleza. En Andinitos, todos los salones tienen acceso directo al parque. De esta forma, el parque entra al salón de clase y el salón de clase se extiende hasta el jardín.

Adicionalmente, cada curso tiene un “Día de Naturaleza” a la semana, en el cual, los niños pasan todo el día al aire libre en el terreno del Colegio. Este contacto es fundamental para el desarrollo, el aprendizaje, la socialización y que los niños puedan expresar sus emociones”, añadió Carolina Ehrlich, directora pedagógica Kindergarten.

El Colegio Andino Deutsche Schule Bogotá, es un colegio de excelencia donde los alumnos adquieren altas habilidades por medio de la vivencia práctica de las culturas Alemana y Colombiana.

Para los directivos del Colegio, Andinitos es uno de los proyectos estratégicos más importantes de los últimos años y están convencidos de que representará una ventaja competitiva para todos los niños que hagan parte de él.



(Peter Raute y Christina Streubel, Presidente Honorario y Presidenta Junta Directiva Corporación Cultural Alejandro von Humboldt; Susanne Preiss, Rectora)

Sobre el Colegio Andino

El Colegio Andino - Deutsche Schule Bogotá es un lugar de encuentro intercultural en donde sus alumnos alcanzan un dominio sobresaliente en alemán y en inglés y tienen la posibilidad de graduarse con doble titulación (Bachillerato Colombiano – Bachillerato Internacional Alemán “Abitur”), lo que les abre las puertas para estudiar y trabajar en diferentes países del mundo.

Se destaca por la excelencia académica y por promover que sus alumnos descubran y desarrollen sus talentos y habilidades tanto en el deporte, la música, el arte o diferentes actividades académicas.

Confirmando su liderazgo en temas de innovación, el año pasado fue reconocido por Microsoft como “Show Case School Incubator”.

El Colegio Andino también apoya el Proyecto Scalas, institución educativa ubicada en el Minuto de Dios, ofreciéndole la oportunidad a sus estudiantes de aprender alemán y terminar sus estudios en Alemania.

Pamela López Romero

pamela.lopez@cyccomunicaciones.co
3192328558 C&C Comunicaciones

Henkel invita a darle una segunda oportunidad a los objetos viejos

- Conscientes de que en la carrera para lograr la sostenibilidad todos los pasos cuentan, Henkel, de la mano de su marca Loctite, invita a los colombianos a ser parte del cambio y sumarse a la campaña “#Loctite2ndChance”,

Vivimos en un mundo de desperdicios. Un mundo en el que las segundas oportunidades podrían cambiar nuestro rumbo. Según World Waste Facts, se estima que anualmente se producen 2.1 billones de toneladas de residuos al año, una cifra que se produce porque el 99% de las cosas que se adquieren se desechan en 6 meses. Si estos desperdicios se pusieran en camiones, darían 24 vueltas al mundo.

Conscientes de que en la carrera para lograr la sostenibilidad todos los pasos cuentan, Henkel, de la mano de su marca Loctite, invita a los colombianos a ser parte del cambio y sumarse a la campaña “#Loctite2ndChance”, la cual busca romper esquemas, e invita a pensar, pensar dos veces antes de desechar algo e imponer una nueva cultura de las segundas oportunidades.

“Creemos que los objetos viejos y rotos deben tener una segunda oportunidad al repararlos o reciclarlos. Antes de tirarlos, ¿por qué no preguntarse si se pueden arreglar o incluso mejorar? Creemos que es hora de que comencemos a valorar nuestras pertenencias de nuevo en lugar de renunciar a ellas. Además cada objeto guardado cuenta, porque significa un

elemento menos en la basura. ¡Y es tan fácil con el adhesivo Loctite Super Bonder!” señaló Yuranni Zuluaga, Gerente de Marketing Negocio Adhesivos.

A nivel mundial, Henkel ha manifestado su compromiso de aportar a la transición hacia una economía circular, estableciendo ambiciosas metas como tener al 2025 el 100% de sus empaques con plásticos reciclados o reutilizados, reducir plásticos vírgenes de base fósil para sus productos de consumo en un 50% para 2025 y generar cero residuos plásticos a 2025.

El Spot que promueve arreglar antes de desechar, está disponible en el canal de YouTube de Loctite Colombia.

Acerca de Henkel

Henkel opera a nivel mundial con un porfolio bien equilibrado y diversificado. La compañía ocupa posiciones de liderazgo con sus tres unidades de negocios tanto en negocios industriales como de consumo gracias a sus marcas, innovaciones y tecnologías sólidas. Henkel Adhesive Technologies es el líder mundial en el mercado de adhesivos en todos los segmentos de la industria en todo el mundo. En sus negocios de Laundry & Home Care y Beauty Care, Henkel ocupa

posiciones de liderazgo en muchos mercados y categorías en todo el mundo. Fundada en 1876, Henkel cuenta con más de 140 años de éxito. En 2020, Henkel reportó ventas de alrededor de 19 mil millones de euros y un beneficio operativo ajustado de más de 2 mil millones de euros. Henkel emplea a unas 53.000 personas en todo el mundo: un equipo apasionado y muy diverso, unido por una sólida cultura empresarial, un propósito común para crear valor sostenible y valores compartidos. Como líder reconocido en sustentabilidad, Henkel ocupa los primeros puestos en muchos índices y clasificaciones internacionales. Las acciones preferentes de Henkel están listadas en el índice bursátil alemán DAX. Para obtener más información, visite www.henkel.com.

Acerca de Henkel en Colombia

A finales de los años 50, Henkel hace presencia en Colombia a través de Laboratorios Artibel y a finales de los 80 llega con la empresa Química Aplicada Alemana (Cognis). Henkel Colombiana registró ventas por más de 315,903 mil millones de pesos en el 2020. Actualmente,

cuenta con más de 600 empleados en las instalaciones de la compañía en la zona industrial de Bogotá, allí funcionan las oficinas administrativas y la planta de producción para el negocio de Belleza y Cuidado Personal, desde donde exporta a todo el continente americano. En julio del 2016, la multinacional adquiere la primera planta de producción para el negocio de Adhesive Technologies (Tecnologías Adhesivas) en Colombia, la cual está ubicada en el municipio de Sibaté, Cundinamarca. En el país, la compañía está presente a través de los negocios de Tecnologías Adhesivas y Belleza y Cuidado Personal, con reconocidas marcas como Schwarzkopf, Loctite, Balance, Pattex, entre otras. Para mayor información sobre la compañía, ingrese en www.henkel.com.co

Babel Group:

Marcela Escobar
marcelaescobar@mailbabel.com
 +57 3175111810

Margarita Aguilar
margaritaaguilar@mailbabel.com
 + 57 312 5308796

Innovación para Mipymes
 ConsejeroGerencial.com



Mejor conectados: el camino hacia un futuro equitativo impulsado por la tecnología



Por: David Hernández,

Sales Director Regional Accounts Dell Technologies para Colombia y Ecuador

En el último año, la conectividad se ha convertido en el centro de atención. Impulsó nuestra resiliencia y aceleró la adopción digital, a la vez que brindó servicios y recursos necesarios para las personas durante el periodo más desafiante de la historia reciente. Ahora que miramos hacia un futuro híbrido, invertir en conectividad resultará fundamental para dar fuerza al impulso ganado y acelerar el ritmo del progreso a medida que nos "reconstruimos mejor".

La conectividad se considera cada vez más como un derecho humano; el acceso a Internet mejora nuestro derecho a la salud, la educación, la libertad de reunión y la libertad de expresión¹.

El 2020 ha demostrado que el acceso a Internet logra más que solo "mejorar" los derechos: se trata de garantizar nuestros derechos "básicos". Y para aprovechar las posibilidades de un futuro mejor conectado, es esencial que la infraestructura digital que posibilitó los turnos en hospitales, el aprendizaje educativo y las finanzas personales para muchos, sea accesible para todos. La tecnología ya ha demostrado su capacidad para resolver algunos de los mayores desafíos de la sociedad y, a medida que buscamos lograr una recuperación económica ambiciosa y equitativa, es

imperativo que continuemos por este camino y concretemos su enorme potencial.

En el centro de nuestro progreso reciente en la esfera digital se encuentra la banda ancha, que ha servido de base para la infraestructura digital inteligente actual y ha respaldado el desarrollo de muchos avances en conectividad, incluyendo los sistemas de transporte inteligentes que ahora operan con tecnologías inalámbricas. Sin embargo, mientras que el 80% de los ciudadanos de las economías avanzadas tienen acceso a la banda ancha, este es el caso de apenas el 35% de la población de los países en vías de desarrollo.

Con una disparidad significativa en la accesibilidad entre las áreas rurales y urbanas que persiste hasta el día de hoy, el surgimiento de la tecnología 5G brinda muchas de las respuestas a la cuestión de la conectividad global y equitativa.

¹ <https://www.un.org/en/un-chronicle/case-connectivity-new-human-right>

Esta tecnología podría respaldar el acceso de los residentes rurales a los servicios de telemedicina, controlar los sistemas de riego eficientes para mejorar la gestión del agua e, incluso, revolucionar el enfoque de los equipos de primera respuesta en situaciones de emergencia. Mediante la realidad aumentada compatible con 5G, podemos hacer realidad nuevas dimensiones en la visualización 3D, admitir plataformas con tecnología de blockchain para el control de identidad y llevar vehículos autónomos a personas en todo el mundo².

Mantenerse al día con la conectividad es clave: En el período anterior a 2020, la conectividad ya estaba transformando la forma en que trabajábamos, vivíamos y jugábamos. A medida que los confinamientos comenzaron a extenderse en todo el mundo, nuestra dependencia intensificada en las tecnologías de conexión quedó en evidencia. Todo, desde la atención de la salud hasta las actividades sociales y el comercio minorista, experimentó migraciones digitales sin precedentes en un intento por mantener y continuar la vida “normal”.

A pesar de un año desafiante para el panorama minorista, eMarketer estima que las ventas de comercio electrónico minorista en todo el mundo crecieron un 27,6%, lo que asciende a un total de \$4.280 billones en 2020³. En el caso de Colombia, se evidenció que los negocios pudieron permanecer activos a nivel económico gracias al e-commerce y por medio de tiendas virtuales. A raíz de esto, la Cámara Colombiana de Comercio Electrónico (CCCE) de Colombia informó que se espera un crecimiento de un 16%, como mínimo, en las

ventas nacionales por e-commerce durante el 2021. Cifras como estas demuestran el valor de las transformaciones digitales, que se aceleraron rápidamente y sentaron las bases para una recuperación innovadora e interconectada a largo plazo.

Mientras miramos hacia un futuro híbrido, garantizar que nuestra sociedad sea más equitativa, con la tecnología como equalizador e impulsor de oportunidades, es clave. A medida que dependemos cada vez más de la conectividad para los servicios diarios, la necesidad de un acceso de gran alcance a Internet, los dispositivos y la alfabetización digital se hacen más imperativos en toda la sociedad.

En Colombia, la apuesta está centrada en disminuir la brecha digital que existe entre las zonas urbanas y las zonas rurales del país. Según el Ministerio de las TIC, la meta del Estado es garantizar la conectividad a internet del 70% de la población para agosto de 2022⁴, cifra que actualmente se encuentra en 51,9%. Sin embargo, durante el año de la pandemia, Colombia logró aumentar el acceso a internet en el país pues mientras que a finales de 2019 habían cerca de 7 millones de puntos de acceso fijo a internet, para septiembre del año pasado la cifra ya se ubicaba en 7,6 millones, lo que representa 15 accesos por cada 100 habitantes⁵.

Mejor conectados: el imperativo de las empresas: Tenemos la oportunidad de aprovechar lo que hemos aprendido hasta ahora: mantener el ritmo acelerado de la transformación digital en marcha, con proyectos de conectividad innovadores que

²

<https://www.worldbank.org/en/topic/digitaldevelopment/brief/connecting-for-inclusion-broadband-access-for-all>

³ <https://www.emarketer.com/content/global-ecommerce-update-2021>

⁴ <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/Columnas-Ministra-TIC/172549:Si-conectamos-a-las-regiones-todos-ganamos>

⁵ <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Sala-de-prensa/MinTIC-en-los-medios/161793:Acceso-a-internet-en-Colombia-se-acelero-durante-la-pandemia>

coloquen a los ciudadanos en el centro de este avance.

Después de un año de trabajo remoto para muchos, la conectividad es sinónimo de resiliencia: para que las empresas, los proveedores de atención de la salud o las instituciones educativas mantengan los servicios, sin importar lo que pase, la conectividad no es negociable⁶. Al permitir que más personas se conecten a los flujos globales de información, comunicaciones y servicios, la infraestructura digitalizada podría agregar entre \$1.5 y \$2 billones más al PIB en los próximos años, lo que demuestra el valor actual de la inversión estratégica en esta área.

Al brindar una experiencia ciudadana omnicanal e invertir en proyectos de infraestructura que brindan una conectividad física y virtual mejorada, podemos mejorar positivamente los productos y servicios cotidianos e impulsar la recuperación económica. Las empresas que sienten las bases para el 5G ahora con tecnologías emergentes, como la computación de edge y el análisis de datos, obtendrán la ventaja competitiva. Estarán preparadas para aprovechar la oportunidad de personalizar eficazmente los servicios, al flexibilizarse y responder a las necesidades de los consumidores en tiempo real y sobre la base de datos.

Con la implementación de la conectividad de latencia más baja, sectores enteros se transformarán y florecerán. Las fábricas inteligentes aportarán una mayor eficiencia, las cadenas de suministro se volverán más transparentes e, incluso, el transporte de mercancías y personas evolucionará con el uso de vehículos automatizados y redes de viaje de

alta velocidad. La realidad mixta se pondrá en marcha como un método viable para la capacitación remota de empleados o el aprendizaje en el aula. Mientras tanto, un sector más amplio de la sociedad tendrá la opción de trabajar desde casa con una mejor accesibilidad y un mejor equilibrio en muchas facetas de su vida cotidiana. Estas son las innovaciones de las que ya somos conscientes, pero ¿qué sucede con las que aún no se han imaginado?

Una recuperación escalable, posibilitada por la tecnología, basada en la conectividad y el uso de las innovaciones más recientes ayudará a garantizar que los avances que hemos logrado por necesidad en el último año puedan aprovecharse, lo que brindará mejores resultados en salud, aprendizaje y calidad de vida para todos. Tenemos la oportunidad de reconstruir y repensar nuestro mundo.

En el centro de cualquier gran plan, encontraremos la transformación digital, la cual debe ser sostenible para que se considere un progreso para las generaciones futuras. Y, por supuesto, para ser sostenible, también debe ser inclusiva. Esta es nuestra oportunidad de aprender y mejorar el pasado, colaborar con los mejores en su clase y poner el progreso humano en primer lugar.

mazalán
comunicaciones



**Consejero
Gerencial**

⁶ <https://www.mckinsey.com/industries/technology-media-and-telecommunications/our-insights/connected-world-an-evolution-in-connectivity-beyond-the-5g-revolution>

Servicios de infraestructura una prioridad para las pymes en Colombia



Por: David Hernández,

Sales Director Regional Accounts Dell Technologies para Colombia y Ecuador

- De acuerdo con el reciente estudio de IDC, 65% de las pequeñas empresas en Colombia están dispuestas a invertir en soluciones de TI. Reclutar talentos con habilidades y la experiencia adecuada en TI no solo puede llegar a ser desafiante y costoso, sino que, además, en el mediano y largo plazo, es difícil retenerlos, lo que se puede convertir en un obstáculo común para los líderes de TI en las pequeñas y medianas empresas (PyMEs). Los pronósticos apuntan hacia modelos operativos de TI en los que se subcontrata una experiencia más especializada.

Dicho esto, ¿por qué las PyMEs siguen persiguiendo el espejismo del equipo de TI interno ideal si existen desafíos para construirlo y operarlo de manera efectiva?

La razón es simple: el profesional de TI típico de una PyME realiza una amplia gama de funciones. Tienen un gran conocimiento, pero no suelen estar muy especializados en un área. Tomemos, por ejemplo, a alguien que puede especializarse parcialmente en asistencia técnica o infraestructura: cuando un colega está ausente, esa persona también debe realizar otras funciones de TI. En consecuencia, los modelos operativos internos de las PyMEs carecen de la profundidad de especialización necesaria para desempeñarse con la máxima competencia en todas las circunstancias, ya sean de crisis o no. No obstante, las pequeñas y medianas empresas han empezado a ser más conscientes de la importancia de designar un mayor presupuesto para la implementación de tecnologías al interior de sus negocios. Según un reciente estudio realizado por Dell

Technologies, de la mano con IDC e Intel, 65% de las pequeñas empresas están de acuerdo en invertir en hardware, software y servicios; mientras que un 16% de las medianas empresas se muestran optimistas sobre el crecimiento de los presupuestos de TI. Como consecuencia, el informe también identificó que, en Colombia, un 21% de las PyMEs estaría dispuesto a invertir entre US\$50.000 y US\$100.000 en estas soluciones.

Tomemos, por ejemplo, el giro hacia el trabajo remoto durante la pandemia de COVID-19. Iniciar sesión desde casa es una cosa, pero acceder a la red de su empresa de forma segura con una infraestructura estable y remota es otra. Varias decisiones cruciales tuvieron que tomarse rápidamente, en algunos casos, de la noche a la mañana. Sin la TI adecuada en su lugar, su organización podría enfrentar numerosos desafíos y riesgos, incluida la falta de productividad y la exposición de datos privados.

En ese sentido, las PyMEs han decidido apostarle a incluir soluciones robustas de infraestructura de almacenamiento y seguridad de datos, que les permitan desarrollar un trabajo óptimo y con las condiciones de seguridad necesarias. Este mismo estudio revela que en Colombia 39% de las pequeñas y medianas empresas encuestadas invertirán presupuesto en servidores y un 36% en almacenamiento externo durante los próximos 12 meses.

Con la innovación de TI avanzando más rápido que nunca, la transformación digital es necesaria para mantenerse competitivo. Y con tantas ofertas de nuevos servicios y aplicaciones, puede resultar difícil saber cuál es el mejor para su organización. Analizar estos y los posibles desafíos de seguridad que puedan presentar lleva tiempo, y todavía existe la necesidad de que su negocio siga funcionando y sus usuarios sean productivos. Los servicios de asistencia técnica suelen estar sobrecargados en un buen día, y ahora, hay una multitud de nuevas preguntas y situaciones que se han agregado a la mezcla.

Como era de esperar, existe un mayor enfoque en cómo implementar aplicaciones e infraestructura de trabajo remoto de manera segura y eficiente. Para aquellas PyMEs que retrasaron estas decisiones, ahora hay varias brechas que deben abordarse, y para aquellas que ya habían comenzado a transformar digitalmente sus procesos de trabajo, ahora están aprovechando la oportunidad para acelerar esos planes.

Si bien el motor de estas transformaciones puede ser nuevo, los desafíos para superar y cerrar estas brechas siguen siendo los mismos. Las PyMEs deben considerar los costos, la

velocidad de respuesta, la seguridad y privacidad de los datos y la protección contra software espía, malware y virus. Algunos de estos, sin embargo, se magnifican aún más cuando se trata de ejecutar los procesos comerciales en pleno funcionamiento y al mismo tiempo ajustarse a los factores macroeconómicos.

Una de las conclusiones arrojadas por el estudio de IDC, señala que hay cambios en las prioridades, como la consolidación de la infraestructura, la computación en la nube y la experiencia del cliente, que impulsan a todo el mercado a pasar a una estrategia de nube híbrida para adquirir nuevos clientes, aumentar la productividad e introducir nuevas tecnologías digitales.

Son muchas las empresas que tecnología que le han apostado a brindar soluciones de TI de primer nivel, lo que ha generado un incremento de demanda

Pensando en satisfacer las diversas necesidades de los clientes, las grandes empresas de tecnología se han enfocado en desarrollar soluciones integrales de TI que cubran la demanda de estos servicios, lo que ha generado una competencia que se ha hecho evidente en el mercado. De acuerdo con IDC, Dell Technologies se ha posicionado como en el top of mind, con un 35%, y en el top of heart de los colombianos, con un 30%, en materia de servidores. La tecnología está creando un nuevo camino hacia adelante. Adoptar el futuro digital es esencial para superar los retos que las empresas puedan enfrentar. Todas las PyMES tienen la oportunidad de aplicar un enfoque digital y fortalecer sus ofertas, crear un mejor servicio, experiencias y emociones para sus clientes.

Dell Technologies y la Fundación i2b2 tranSMART crean “gemelos digitales” para tratar el COVID-19 de largo plazo

- Estudio de COVID de largo plazo para crear puntuaciones de riesgo de salud personalizadas y recomendaciones de tratamiento farmacológico según el historial médico y la genética únicos de los pacientes
- La investigación impulsada por la inteligencia artificial y los gemelos digitales respaldarán a los hospitales y centros de investigación a nivel mundial y contribuirán al objetivo de Dell de utilizar la tecnología y la escala para promover la salud, la educación y las oportunidades económicas para mil millones de personas para el año 2030

Dell Technologies (NYSE: DELL) está ayudando a la Fundación i2b2 tranSMART, una organización de investigación de código abierto sin fines de lucro, a movilizar grandes cantidades de datos de pacientes anonimizados a nivel mundial para crear modelos virtuales de pacientes, conocidos como gemelos digitales, para tratar el impacto del COVID-19 de largo plazo.

Gracias a la moderna infraestructura de Dell Technologies, la comunidad de i2b2 tranSMART utilizará datos de pacientes anónimos para producir gemelos digitales. Esto permitirá a los investigadores realizar millones de simulaciones de tratamientos individualizados en los gemelos digitales para determinar la mejor opción de terapia posible para los pacientes según los antecedentes genéticos y el historial médico.

Para hacerlo posible y proporcionar las capacidades informáticas, de inteligencia artificial, aprendizaje automático y almacenamiento avanzado para generar gemelos digitales, Dell Technologies construyó un enclave de datos, una red segura de almacenamiento de datos, compuesta por los sistemas de almacenamiento Dell EMC PowerEdge, PowerStore y PowerScale, además de los servicios de integración VMware WorkSpace One y Boomi. En este enclave de datos, los investigadores recopilan, almacenan y analizan datos dispersos en varios sistemas de supervisión y registros médicos electrónicos y, en el futuro, tendrán la capacidad de actualizar los gemelos digitales con datos clínicos en tiempo real recopilados mediante respiradores y monitores cardíacos.

“Este proyecto es un ejemplo perfecto de cómo la comunidad global de investigación y tecnología se une para apoyar a las

personas que padecen una afección que aún no se comprende bien”, explicó Jeremy Ford, vicepresidente de Donaciones Estratégicas e Innovación Social de Dell Technologies. “En colaboración estrecha con la Fundación i2b2 tranSMART, aplicaremos nuestra experiencia y tecnología para desarrollar gemelos digitales, compartir datos y realizar simulaciones y análisis, al tiempo que emplearemos estos conocimientos para ayudar a comprender y tratar mejor a los pacientes con COVID a largo plazo”.

Inicialmente, los investigadores utilizarán el enclave de datos para impulsar las pruebas, simulaciones y análisis de 70 000 pacientes, que se compartirán con [4CE Consortium](#), una coalición internacional de más de 200 hospitales y centros de investigación, incluyendo las colaboraciones de datos en Estados Unidos, Francia, Alemania, Italia, Singapur, España, Brasil, India y el Reino Unido. Este esfuerzo tiene el potencial de expandirse con datos de hasta dos millones de gemelos digitales en los próximos cuatro años.

Comprensión y tratamiento del COVID de largo plazo

[Se estima que 1 de cada 20 personas](#) con COVID-19 tiene probabilidades de experimentar síntomas a largo plazo, desde fatiga profunda, confusión mental y dolores de cabeza hasta arritmia cardíaca, fiebre y dificultad para respirar. Los llamados pacientes de largo plazo sufren de lo que se conoce formalmente como secuelas posagudas del SARS-CoV-2 (Post-Acute Sequelae, PASC). Existe poca información sobre por qué algunas personas continúan

viéndose afectadas después de que el virus ha abandonado su cuerpo o sobre el impacto a largo plazo.

Para obtener más información, los Institutos Nacionales de Salud [anunciaron](#) recientemente la primera fase de una iniciativa de mil millones de dólares durante cuatro años para respaldar la investigación de las PASC.

La investigación sobre esta afección requiere enormes cantidades de datos de pacientes. En colaboración directa con [4CE Consortium](#), la Fundación i2b2 tranSMART ha hecho posible la movilización de datos de una red de más de 200 instituciones en todo el mundo. Para proteger la privacidad de los pacientes, todos los datos se anonimizan antes de su envío a 4CE Consortium.

“En esta etapa, los profesionales de la salud están abriendo nuevos caminos al desarrollar y evaluar la eficacia de los tratamientos del COVID-19”, afirmó el Dr. Shawn Murphy, miembro del directorio de la Fundación i2b2 tranSMART. “Esta nueva plataforma impulsada por IA les ayudará a utilizar la gran cantidad de conclusiones de la investigación para brindar una mejor atención y tratamientos de precisión a sus pacientes. Con la creación de estos gemelos digitales, llevamos la investigación clínica a un nivel completamente nuevo”.

Marketing Conductual: Relaciones Públicas, CX + UX



Por G. M. Wilson

ConsejeroGerencial.com

Este cliente me llama sumido en altos grados de desesperación. Invertió una gran cantidad de dinero en abrir un almacén de moda de alta gama y con dos meses de funcionamiento, sus ventas han sido significativamente nulas. Fui, vi y le expliqué cuál era el problema. Me miró como si yo fuese un extraterrestre y no me contrató. A los días vi los grandes letreros de promociones y descuentos y después de dos meses, el local desapareció.

Después de reflexionar sobre el asunto, vuelvo sobre la misma realidad de *Perogrullo*: el hecho de ser el dueño o de ser el gerente no te hace

realmente competente; el desconocimiento del mercadeo de profundidad y la orientación a las ventas y no al cliente, hace que se esfumen verdaderas fortunas. A este cliente no le gustó que le dijera que había desperdiciado una gran cantidad de dinero por no aplicar estrategias de marketing conductual. Podría ser que, en ese momento, yo tampoco las apliqué.

En el año 2008, cuando inicié mi servicio de “consejería confidencial” para agencias, ya se les venía insistiendo a los clientes que “mercadeo no son ventas”. No sé si los consultores hemos sido absolutamente ineficaces en educar a los clientes en ese tópico, pero al parecer los resultados han sido muy insatisfactorios, en especial en el rango de las micro empresas. Se sobre entiende que existe un círculo vicioso en el que los microempresarios, que no tienen la formación ni el conocimiento ni el dinero,

no contratan consultores o los quieren gratis, y sus empresas no crecen y no generan más riqueza porque ellos no tienen ni la formación ni el conocimiento. Era un tema recurrente en los desayunos de trabajo que organizaba Carlos Fernando Villa, con su programa “Tiempo de Mercadeo”. Se le extraña.

No es sorpresa, entonces, que cualquier tiempo medianamente turbulento como hemos tenido en estos últimos años, sean muchas las empresas que han

desaparecido. No todo es a razón de las dificultades. En especial la falta de competitividad de nuestro país, además del retraso cultural y tecnológico, es porque nos hemos dedicado más a la comercialización que a la producción, y el comercializador, teniendo la complejidad que tiene el tema, no se preocupa por las variables claves de gestión de los mercados,. Sólo entiende la palabra “ventas”. Eso le pasó al dueño del almacén que referenció al principio. Es claro que la venta es el mecanismo de ingreso del dinero, no obstante, eso no sucederá si no se aprietan los botones estratégicos para movilizar a los clientes. Dos de esos botones se llaman: Branding, en cuanto a marcas, productos y servicios, y Relaciones Públicas, en cuanto a reputación y prestigio, y ambos tienen como base los procesos pedagógicos de posicionamiento ideológico ya sean comerciales o institucionales. La implementación de estos procesos se realiza mediante la comunicación conductual y el marketing conductual. Dos hermanos muy parecidos pero no iguales. Comunicación como el fondo de los contenidos y la estrategia de medios y marketing como el estudio y el diseño. Luego se juntan en modelación y ejecución de la educación para el consumo, físico o conceptual.

El mercadeo durante muchos años insistió en la transacción como base de su esencia y por eso, su estrecha relación y confusión con la venta. Hoy, al fin comprendemos que no es lo mismo “vender” a que los clientes “compre”. Las diferencias conceptuales y operacionales son demasiado profundas como para

ignorarlas. Por eso, venimos trabajando en un concepto de mercadeo que se ajuste a la realidad de los mercados. “El mercadeo es una metodología profesional que está a cargo de estudiar y proveer soluciones creativas para el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y de la sostenibilidad ambiental, y que busca generar resultados financieros”. Y dentro de ese estudiar, el centro, es lo que hoy conocemos como “analíticas de marketing conductual”.

El marketing conductual no es para nada nuevo. Si bien el Premio Nobel Kahneman, D. (2011) desde los años sesenta viene hablando de la Economía Conductual y sobre la manera cómo las personas asumimos el flujo e interacción entre el capital y el consumo de los bienes y servicios, sobre todo en momentos de incertidumbre, y cómo esto no tiene nada de racional. Este ha sido un conocimiento que de manera lenta se inmiscuyó en el mercadeo y todavía más lenta en la mentalidad empresarial, sobre todo hablando de los empresarios de base, es decir la microempresa.

Como ya lo decía Jürgen Klaric (2015), aunque sin demostrar la suficiente rigurosidad científica, con su “véndele a la mente y no a la gente”, el marketing conductual, en su primer gran componente, se ha concentrado en los análisis de cómo funcionan tanto el cerebro como la mente de las personas... y sí son dos análisis y metodologías diferentes. Cuando hablamos del cerebro, literalmente estamos refiriéndonos al Neuromarketing. El uso de tecnologías que conectadas a diferentes

áreas del cerebro, brindan información de la respuesta biológica ante los estímulos visuales y sensoriales, cuando una persona entra en contacto con imágenes y productos. En este caso, debemos hacer énfasis en que se requiere tecnología y profesionales del área de las neurociencias. Un beneficio de esto es la aplicación de las Neuronas Espejo - Rizzolatti (1999) – que Martin Lindstron (2000) realizó al mercadeo en su libro *Buyology* o *Compradicción* y que fortaleció un movimiento internacional sobre los estudios de Neuromarketing. Tema también abordado por Néstor Braidot (2013).

Este uso de la tecnología y los costos asociados hacen que el Neuromarketing no esté al alcance de la microempresa y que en su lugar, se haya llenado de confusión al inmiscuirse la Neurolingüística como aplicaciones de Neuro-ventas, como si se tratase de la misma cosa... y no lo es.

Por el lado de la mente, la neurolingüística toma elementos de la Psicología de Carl Jung (1921) en la que hace referencia a los arquetipos, cuadrantes e inconscientes colectivos y de Paul D. MC Lean (1952) quien nos habló del Cerebro Triuno. Si bien el cerebro es geodésico y por su plasticidad, no es posible “encasillar” un comportamiento o un estilo de personalidad a un segmento o una parte específica, es posible usarlo para efectos pedagógicos y poder explicar como se tipifican los comportamientos, tipos de personalidad y conductas de los individuos y aplicar estos análisis al proceso ideológico comercial e institucional. A esto le llamamos Psicomarketing. Para enfatizar,

entonces: Neuromarketing, es biología y requiere tecnología, y Psicomarketing es, en su mayoría, psicología. Esto lo decimos, porque también hay algunos puntos en común, como una rama de la Psicobiología y resulta de las aplicaciones bidireccionales entre las emociones y la producción hormonal y su articulación al mercadeo sensorial.

Después de este galimatías, es comprensible que los gerentes de las microempresas no lo entiendan, pero para quienes nos dedicamos a las relaciones públicas y al mercadeo, es impensable que realicemos una gestión profesional si no manejamos, a fondo, el tema. Más allá de que ahora se le llama mercadeo o marketing a cualquier cosa, los profesionales del área debemos tener un rigor conceptual suficiente para que se consigan los objetivos.

Una de las razones por las cuales este tipo de conocimiento se vuelve sospechoso, es porque, desde las ventas, se han manejado ideas como la “persuasión profunda” y “manipulación” y definitivamente a nadie le gusta que lo manipulen ni que jueguen con sus prioridades. No es un sentimiento agradable. Desde nuestra perspectiva, esa persuasión y esa manipulación no son posibles pues sería como decir que los individuos no tienen criterio y no es así. Las empresas contribuimos al mejoramiento de la calidad de vida de los sujetos proveyendo productos y servicios que mejoran sus procesos y procedimientos, hacen más fácil y cómoda la vida. Y para que eso suceda, les comunicamos que esos productos, marcas y servicios existen, les

enseñamos a usarlos y les mostramos cómo pueden ser más cómodos y sacarles el mejor provecho. De nuevo, insistimos, es un proceso educacional pero que no elimina la capacidad de elección de las personas. Podemos definir como propósito

registro de datos. Para esto existe software de analítica de datos. Hay varios. Entre ellos, están: People Analytics, algunas aplicaciones de Power BI, Biometric Mirror, y recopilar toda la Data posible. Pero no son tan indispensables, es más, lo ideal es

Marketing Conductual (Diseño PyS) + Comunicación Conductual (Contenidos + Medios + Pedagogía)



del marketing conductual que se enfoca en el conocimiento profundo de las personas para diseñar productos y servicios que les contribuyan a sentirse mejor y apoyarles en la búsqueda de la felicidad.

Para hacer felices a nuestros clientes o públicos, debemos conocerlos a fondo y eso tiene tres fases. La primera es que el relacionista o mercadólogo debe estar conceptualmente preparado para distinguir los perfiles. Para esto se utilizan los aprendizajes que se obtienen de Carl Jung: (Arquetipos e inconscientes colectivos), Katherine Benziger (Dominancia Cerebral) Ned Herrmann (Dominancia Cerebral) Howard Gardner (Inteligencias Múltiples) William Marston (DISC) Blander y Grinder (Fisiología Comunicacional) Blake y Mouton (Estilos de Negociación) Tony Alessandra (Estilos de Comunicación) entre otros. Lo segundo es contar con los instrumentos de

que aprendamos a hacerlo sin ellos, entrenando nuestra capacidad de observación en tiempo real, cara a cara con ese cliente o público. Lo que nos lleva a la tercera etapa y es el análisis del individuo in situ y en contexto, pues se deben tener en cuenta factores antropológicos y socio-culturales y la influencia general del comercio.

Es indudable que trabajamos con lo que el cliente cree, siente, piensa, dice y hace, introduciendo conceptos, mundos de lo correcto y efectos deseables, aprovechando la sensación de incompletud, natural en el ser humano, aprovechando su memoria genética, sus rituales sociales, estereotipos culturales, estereotipos comerciales, rituales de compras y rituales de consumo. Estimulamos su mundo sensorial y la generación hormonal, para construir un mundo emocional. Recopilamos la

información de las reacciones emocionales y biológicas, y todo esto, en conjunto, para orientar modelos de pensamiento, comportamientos y conductas. A partir de allí, se diseñan marcas, productos y servicios y se estructura la reputación y el prestigio, con metodologías de posicionamiento ideológico comercial e institucional, con un máximo de personalización, incluso aplicadas al consumo masivo, usando el efecto de las neuronas espejo.

Desde estos elementos, se inicia el diseño de la estrategia general de servicio de una organización y se construye lo que llamamos el CX o Experiencia del Consumidor, se construye el UX o la Experiencia de Usuario para el mundo digital. Disminuimos el dolor de comprar, enganchamos sus anhelos y deseos, entregamos soluciones y producimos una comunicación transparente y confiable.

En mis años de “consejería confidencial” empecé a encontrar un patrón. Cada vez que un empresario me decía que la “fidelidad del cliente” no existe, generalmente en su compañía no había un comunicador o cuando lo había era una persona joven produciendo medios y no estrategias de comunicación conductual, y también generalmente, su mercadeo era pobre o nulo. En esas condiciones definitivamente no hay cómo construir la fidelidad del cliente. Esta fidelidad, regularmente es la construcción mediante la educación, de un puente entre la mente de los sujetos y las marcas, productos y servicios.

Ahora, si esto es aplicable con los mercados, analice todo lo que podemos hacer cuando de “endomarketing” se trata. En la Comunicación Organizacional, Comunicación Interna, Gestión de la Cultura y en la Gestión del Cambio, el manejo de estos criterios son imprescindibles. Si usted como gerente o responsable de gestión humana, piensa que tener un comunicador es para hacer de Community Manager o para hacer gestión de redes sociales, habrá caído en cuenta que está desperdiciando el dinero. Un Comunicador Organizacional es un estrategia de Comunicación Conductual o como ahora le estamos llamando: Marketing Conductual.

- Braidot, N. P. (2013). Neuromarketing en acción: ¿Por qué tus clientes te engañan con otros si dicen que gustan de ti? Buenos Aires: Ediciones Granica.
- Kahneman, D. (2011) Thinking, Fast and Slow, Farrar, Straus and Giroux, ISBN 978-0374275631. (Reseñado por Freeman Dyson en la New York Review of Books, 22 dic 2011, pp. 40–44.)
- Rizzolatti, Giacomo; Fadiga, Luciano (1999). «Italiennes de Biologie» (en italiano). Istituto de Fisiologia Umana, Università di Parma. p. 85-100.
- Klaric, J. (2015). Véndele a la mente, no a la gente. International Publishing.
- <https://thinkandsell.com/blog/economia-conductual-el-aliado-invisible-del-marketing/>

De película...

Iván Darío Muñoz Uribe

unirlandesyunmason@gmail.com

¿Qué participación tuvo usted en el suceso, señor agente? Simplemente, después de recibir la llamada fui con otros cuatro policías al lugar.

¿Qué dijo usted cuando todo eso comenzó, señora? Pero, ¿qué es eso? ¿Por qué colgaste esa cosa horrible de la pared? Eso dije.

¿Con qué se encontraron? Con todos los habitantes del edificio nerviosos porque ese hombre había disparado dentro del apartamento y vociferaba sin parar. De inmediato oímos los gritos y nos fuimos a intentar dominar al tipo.

¿Qué dijo él, señora? Creo que es evidente, Patricia, eso respondió, es un cartel de la famosa película El Rapto De Betty.

¿Cómo actuaron? Pues, nos ubicamos en sitios estratégicos y con un megáfono lo invitamos a salir y le prometimos que no sufriría daño si arrojaba su arma y se entregaba.

¿Qué más pasó, señora? Es horrible, le dije, desentona totalmente con mi decoración, es lo más ordinario que he visto. ¿No le parece que fue usted muy dura? En absoluto. Repítame por favor el nombre de su esposo. Francisco Archer.



¿Cómo reaccionó el tipo frente a la invitación a entregarse? Gritó que se iba a suicidar.

¿Dígame, señora, que pasó después? No sabes lo que dices, ese cartel tiene mucho valor económico, además, artísticamente es impecable, mira la belleza de esa mujer, es algo excelso, dijo él.

¿De verdad ustedes creyeron que iba a suicidarse? ¿Por qué no? De un loco que había disparado estando encerrado a solas y daba tales alaridos, se podía esperar cualquier cosa.

Dígame, señora, ¿qué le contestó usted? No me hagas reír, le dije, es un mamarracho, parece pintado por un principiante, eso de arte no tiene nada, ¿de dónde sacaste ese adefesio? ¿Era así siempre su trato con él? Nunca habíamos

hablado de un tema como ése, es decir, nunca yo le había hablado así.

¿Qué hicieron ustedes? Era una situación muy difícil, no veíamos nada, sólo esperábamos oír un disparo, incluso teníamos miedo de que nos culparan de esa muerte. ¿Por qué? Porque realmente el tipo no había atacado a nadie y nosotros fuimos a presionarlo para que se entregara. Pero ustedes fueron porque los llamaron. Así es. Dígame pues, ¿Qué hicieron ustedes? Lo que hicimos fue insistir en que no debía atacar contra su propia vida ni contra la de los demás, que pensara en su esposa, le dijimos eso porque una señora nos lo aconsejó.

¿Qué dijo él cuando usted preguntó de dónde había salido el afiche? Lo compré durante mi último viaje a Los Ángeles, Patricia, y no es ningún adefesio, te repito que es arte, eso dijo. Y, ¿usted que hizo? Volví a mirar la imagen, además del título de la película y el reparto, se veían en el cartel las figuras de un hombre armado de pistola y una mujer rubia y delgada vestida de manera informal, a la que tenía aferrada por un brazo. Insisto en que es horrible, parece el tosco pastiche de una colección de fotografías, le dije después.

¿Qué hizo entonces el tipo, acaso reaccionó favorablemente al oír mencionar a la esposa? Simplemente gritó que siempre la tenía en su mente, que no teníamos que meterla a ella en el asunto.

Cuénteme más, señora. ¿Con qué intención compraste eso? Le pregunté. En realidad quiero venderlo, dijo él. Entonces véndelo, Francisco, quítalo de ahí, le

ordené. Lo voy a dejar ahí pegado todo el tiempo que quiera, respondió desafiante él, luego, un poco más calmado, dijo que tenía que disfrutarlo.

¿Cuánto tiempo estuvieron insistiéndole para que no se suicidara, señor agente? Cerca de dos horas.

¿Qué hizo usted, señora, ante esa actitud de su esposo? Corrí a encerrarme en el cuarto y no le abrí esa noche. ¿Lo dejó fuera? Sí, señor, tuvo que dormir en un sofá sin cobija.

¿Después de eso intentaron entrar por la fuerza? Sólo uno de nosotros que era muy impaciente, intentamos detenerlo pero ya no aguantaba más y se paró frente a la puerta diciéndole que, si no salía volaría la chapa de un disparo.

Dígame más, señora, ¿qué pasó en los días posteriores? Estuvimos sin hablar tres días, luego él me pidió disculpas con una expresión muy extraña, era como si fuera otra persona.

¿Por qué no quitaron a su compañero de ahí? Porque no queríamos recibir un balazo del tipo que estaba dentro, era ponerse a merced de un loco, nuestro compañero fue imprudente y no queríamos sacrificarnos por él.

¿Otra persona? Explíquese, señora. No tengo nada que explicar, la expresión de su cara era diferente a la de siempre, simplemente eso me pareció. Aparte de la cara, ¿también cambió su comportamiento? Sí, casi no hablaba y muchas veces lo vi

contemplando el afiche con arrobamiento, extasiado.

¿Qué hizo su compañero finalmente? Disparó y voló la chapa de la puerta del apartamento.

Arrobamiento, pastiche, usted usa palabras extrañas para mí, pero eso no importa, señora, por el contexto comprendo lo que usted quiere decir.

Dígame, ¿cómo se dio el desenlace? Pues, una madrugada desperté y él no estaba en la cama, eran casi las cuatro de la mañana y empecé a oír su voz en el pasillo, discutía con alguien. Salí del cuarto y lo vi queriendo entrar en el afiche. Suéltala, canalla, decía hablándole al hombre del cartel y tratando de soltar la mano de éste del brazo de la rubia. No puedo vivir más con este maldito loco, pensé. Luego recé para que Dios me cuidara y me ayudara.

¿Qué sucedió después, señor agente? Nuestro compañero entró locamente a la vivienda y recibió un balazo mortal de ese loco.

¿Qué hizo usted, señora, al día siguiente? Salí temprano para mi trabajo e hice

algunas llamadas pidiendo asesoría, busqué ayuda. Sin embargo, no alcancé a reunirme con nadie y, cuando regresé muy asustada a mi casa por la tarde, me encontré con toda la gente del edificio consternada y los policías rodeando la puerta de mi casa. No pude acercarme porque un agente me lo impidió.

¿Qué hizo usted cuando su compañero cayó? No lo podía creer, primero sentí mucho dolor y luego ira, quise correr hasta la puerta para ayudarlo en caso de no estar muerto, en ese momento salió el loco con el arma en la mano y yo le disparé a la cabeza y lo maté. No quise hacerlo pero al estar en peligro actué como correspondía.

Dos personas salen de cuartos separados de la fiscalía donde han rendido testimonio.

Son la señora Patricia y el agente de policía que mató al esposo de ella. Intercambian una mirada silenciosa y siguen caminos diferentes, libres ambos de cualquier culpa.

FIN



**Escuela
Superior
del Servicio**