



estilogerencial.com
2023 - Año 9 No. 80
ISSN 2346-3945

Estilo Gerencial

Para empresarios competitivos

Editorial

El Perverso
Sistema

Liderazgo
Adaptativo

Tecnología en
Selección

Prueba de
Embarazo

Viviendas
Futuristas

ChatGPT

Reputación y
RRPP

María Clara Rangel Galvis
**Transformación
desde la
Educación Superior**

estilogerencial.com



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 32 mil suscriptores directos, además de quienes nos siguen por las redes sociales. Recuerde descargar las ediciones anteriores desde nuestra web estilogerencial.com

estilogerencial.com
2023 - Año 9 No. 80
ISSN 2346-3945

Dirección Editorial
Wilson Garzón Morales

**Grupo de Estudios
Empresariales**

Los contenidos son para el aprendizaje y por lo tanto son de libre uso. Los conceptos emitidos en los artículos no comprometen las opiniones de los editores.

Pensamiento



Nada ni nadie puede determinar tu realidad

Contenido

Editorial.....	5
Hacia una América Latina más Justa e Inclusiva	7
La herramienta tecnológica que mitiga la deserción en instituciones educativas	9
Liderazgo adaptativo: cómo liderar a distancia exitosamente	11
Descubra la tecnología que está revolucionando la selección de talento en las empresas.....	14
Llega a Colombia el primer asistente virtual especializado en reclutamiento	16
El Camino hacia la contratación en medio de los despidos en las Big Techs y el mercado de TI	19
Prueba de embarazo	22
Incapacidades, accidentes y enfermedades laborales: qué son y cómo actuar ante estos casos	24
Gestión del talento humano en la Era Digital: habilidades y competencias.....	27
¿Sabe cómo identificar las fake news?	30
Progresar en un mundo Multicloud.....	33
¿una necesidad o una moda?	38
¿Por qué las redes sociales se convirtieron en el mejor canal de ventas en tiempos de inflación?	40
¿Los operadores móviles de Colombia están preparados para las llamadas en la red 4G (voLTE)?.....	43
¿Colombia está preparado para hablar de comunicación máquina a máquina?	45
¿Cuáles son los aspectos clave para que las empresas logren implementarla?	47
Las 5 fuentes y tipos de ciberataques más comunes en 2023:	50
Startup minimiza factores de riesgo en la industria utilizando inteligencia artificial	53
MarTech, tendencia en crecimiento en Latinoamérica	55
Ventajas del Marketing personalizado para el sector financiero.....	58
Reputación y RRPP: ser y parecer.....	61

¡Inscripciones Permanentes!



Artes

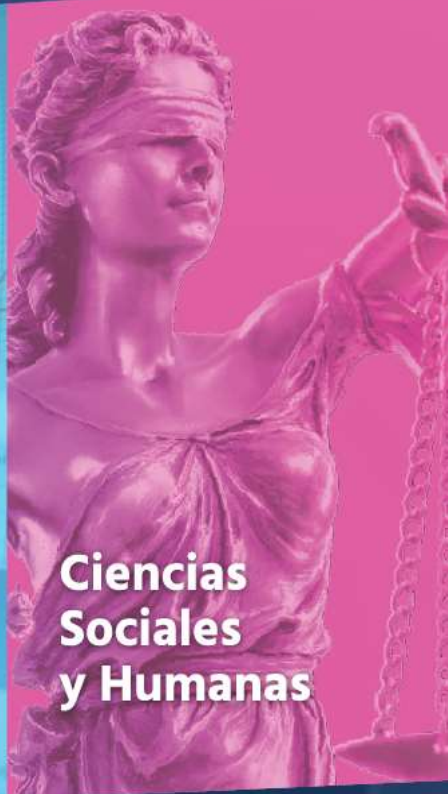


Escuelas

Ingenierías



**Escuela de
Administración**



**Ciencias
Sociales
y Humanas**

¡El camino hacia tu futuro comienza aquí!

conoce nuestra
oferta académica



Editorial

El Perverso Sistema

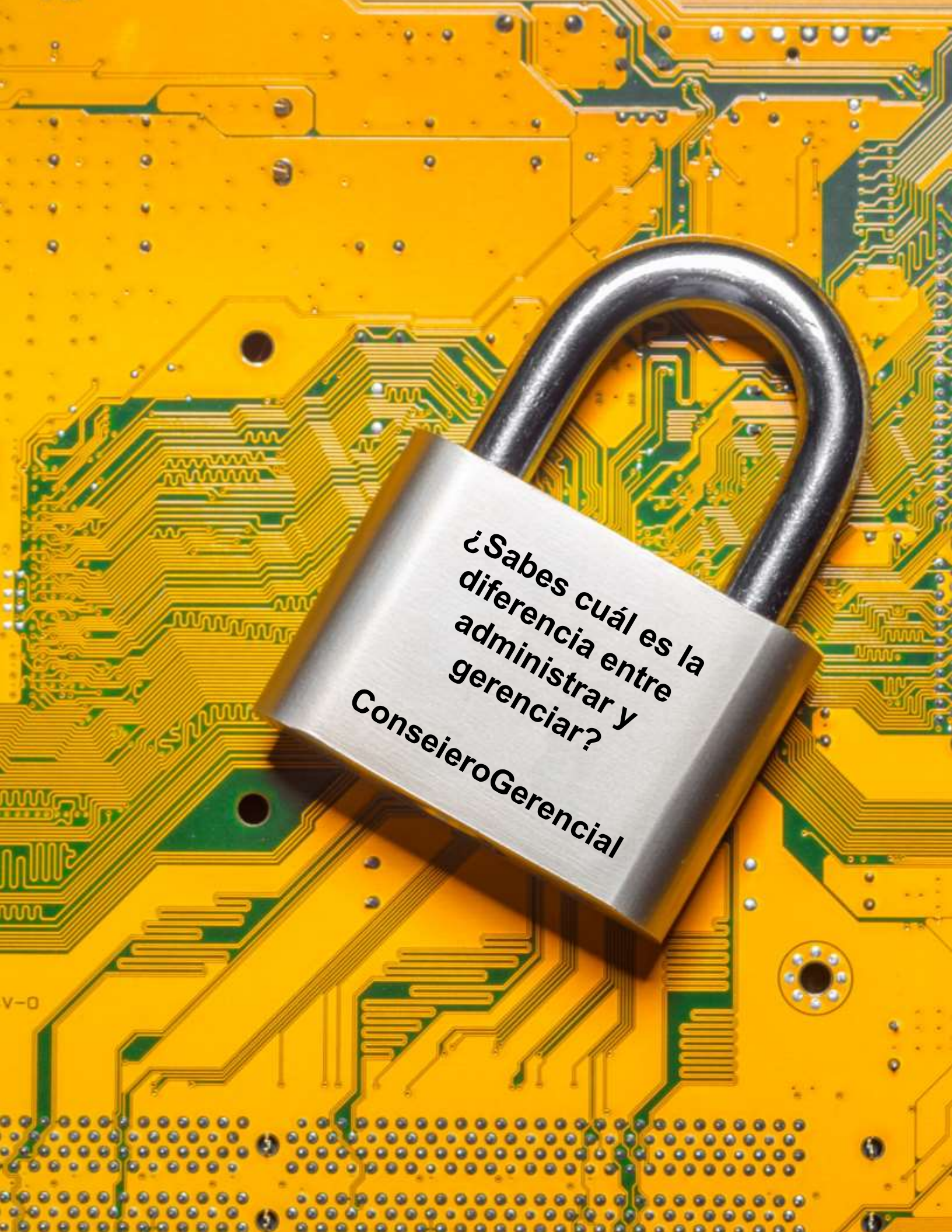
Seamos claros. Las Entidades Promotoras de Salud, EPS, son instituciones con ánimo de lucro que velan por el beneficio para sus accionistas, como lo haría cualquier empresa. Es un negocio que debe generar dividendos y sus orígenes de rentabilidad son: el gobierno, las farmacéuticas y los usuarios. Y como cualquier empresa, busca reducir sus costos operacionales y maximizar las ganancias. Aunque el servicio que presten sea público, sus acciones están en la lógica de las organizaciones privadas. Si no entendemos cómo funciona el modelo de capitales, tampoco entenderemos sus decisiones, sobre todo a la hora de limitar el acceso a sus servicios.

Completamos más de treinta años desde el momento en que se nos enseñó a creer que el Gobierno es absolutamente inepto para administrar lo que está declarado como derechos de la población. La consigna ha sido que todo se le debe entregar a la empresa privada y de ahí, el ya tradicional concepto de “privatización” se volvió orgánico de nuestra manera de pensar y de vivir. Nos hemos convertido en seres funcionales semejantes a máquinas y todo nuestro lenguaje está parametrizado por la manera como estas operan: productividad, eficiencia, eficacia, efectividad, competitividad, rentabilidad, entre otras tantas y borramos de nuestra consciencia palabras como servicio y solidaridad. ¡Eso no es negocio!

Y sí, el gobierno es inepto y corrupto. Nosotros, no vigilando, avalamos el sistema clientelista y naturalizamos el robo y la mediocridad. Lo damos por hecho como si no tuviésemos otras maneras de existir. Lo cierto es que como sociedad hemos avanzado y debemos volver a la época en la que aquellos servicios fundamentales para la vida eran administrados por el gobierno. Por supuesto, el sólo decirlo produce escozor. Nos viene a la memoria el antiguo Instituto de los Seguros Sociales, un nido de “aves e’rapiña”. Todavía tenemos instituciones que funcionan así. Para la prueba un botón. Personas que hacen lo que sea para ser nombrados en algunas corporaciones pues eso les garantiza volverse millonarios. No obstante, tenemos dos cosas muy interesantes: contamos con nuevas tecnologías y ha crecido la cultura de la veeduría ciudadana. Ese tema de que las EPS dan cobertura hay que revisarlo de nuevo. Es tiempo de evitar que la corrupción, el clientelismo y el capitalismo desbordado nos esté metiendo los dedos en la boca y nos roben nuestros derechos.

Estoy del lado del empresariado, pero no acosta de la calidad de vida de la nación. Podemos tener negocios exitosos sin necesidad de ser mercaderes de la muerte. No hay necesidad de mantener Este Perverso Sistema.

Wilson Garzón Morales.

A silver metal padlock is positioned diagonally across a yellow printed circuit board (PCB). The PCB features intricate green and gold circuit traces and numerous small solder points. The padlock's body is a brushed metal, and its shackle is a polished metal. The text is printed on the front face of the padlock's body.

**¿Sabes cuál es la
diferencia entre
administrar y
gerenciar?
ConsejeroGerencial**

Transformación desde la Educación Superior:

Hacia una América Latina más Justa e Inclusiva

Dra. María Clara Rangel Galvis
Rectora Universidad El Bosque

América Latina enfrenta desafíos significativos en su búsqueda de sociedades justas, equitativas e incluyentes.

En una región marcada por la falta de justicia social, los altos índices de violencia y pobreza, las universidades debemos asumir con responsabilidad la formación de líderes capaces de cambiar positivamente a nuestros países, ya que siempre la educación será la mejor herramienta para generar transformaciones sociales y desarrollos sectoriales.



A pesar de no poder acceder a la educación en su totalidad, un gran porcentaje de la población latinoamericana son precisamente quienes en su gran mayoría, terminan tomando decisiones importantes y definiendo gobiernos. Con más de 30 millones de personas matriculadas en la educación superior y alrededor del 10% graduándose anualmente, la responsabilidad de nuestras instituciones educativas es innegable.

En un continente donde los feminicidios superan los 4,000 al año y las brechas de desigualdad se profundizan, el trabajo de las universidades adquiere una relevancia aún mayor. Formamos en competencias laborales pero la formación en valores y principios también es importante.

Nuestro deber es volver la mirada hacia lo humano, hacia la diversidad que nos caracteriza. Es por lo anterior que La Universidad El Bosque, desde su carácter misional, ha asumido este compromiso y ha desarrollado programas que fomentan el respeto a la vida, la dignidad de la persona y la valoración de las diferencias, desde todos los programas de formación permanente y para la vida.

Adicionalmente, se han instaurado políticas de equidad e inclusión estudiantil y de género, así como el Centro de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) que promueven una cultura de respeto y diversidad en el campus. La creación de la Ruta para la atención de Violencias Basadas en Género y Discriminación demuestra el compromiso con la protección de los derechos de la comunidad universitaria.

La mayor barrera para esta transformación es de carácter cultural, es por ello que se promueven eventos de sensibilización y prevención en temas de violencia y

discriminación. Una estrategia valiosa es la transformación de la cultura organizacional, donde la diversidad, equidad e inclusión permeen todas las áreas de la institución. Esto debe reflejarse en la formación de habilidades blandas como (el pensamiento crítico, la comunicación asertiva, el trabajo en equipo, la toma de decisiones, la resolución de conflictos, el respeto a la diversidad etc.) en todos los programas académicos, preparando a los futuros profesionales para contribuir a una sociedad sostenible.

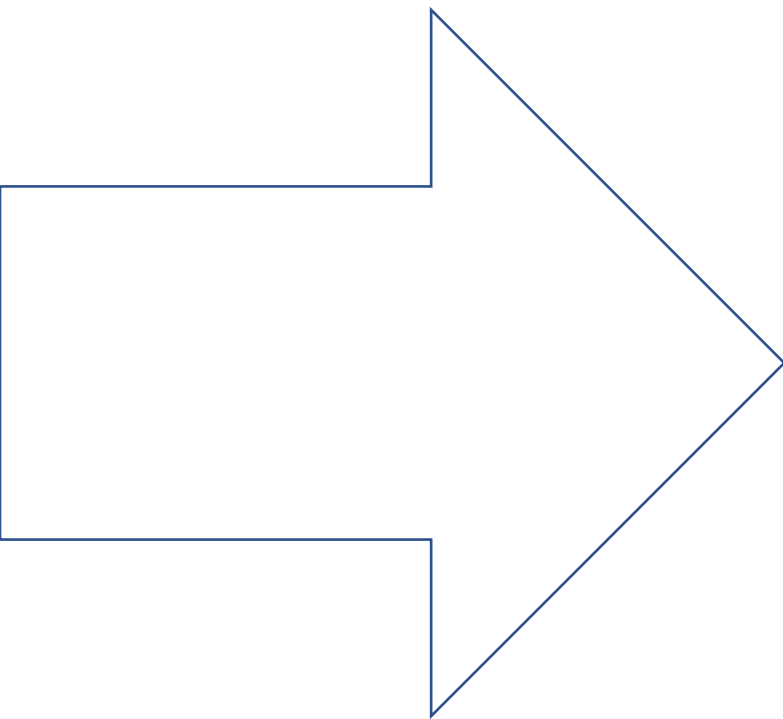
Desde el Centro DEI, se brinda apoyo a las personas afectadas por la violencia de género o discriminación y se promueven acciones de prevención y sensibilización. Se fomenta la investigación orientada al impacto social y se involucra a la comunidad universitaria a través del "Comité Técnico".

Es esencial la colaboración entre las Instituciones de Educación Superior, las Instituciones Públicas y el Sector Civil para desarrollar proyectos con un impacto real en los derechos humanos de las poblaciones. La participación activa en mesas nacionales e internacionales de política pública es fundamental para influir en el rumbo de nuestras sociedades.

La educación superior en América Latina enfrenta un reto monumental, pero también esta es nuestra gran oportunidad para transformar nuestras sociedades. La diversidad, la equidad e inclusión, están liderando el camino hacia un futuro más justo e incluyente para nuestra región y unidos podemos hacernos un mejor presente y futuro.



La herramienta tecnológica que mitiga la deserción en instituciones educativas



Cada año se gradúan aproximadamente 450.000 estudiantes como bachilleres en Colombia, y para cada uno de ellos, comienza una labor que le dará una línea a su vida. La misión de elegir carrera va mucho más allá de decidir que se va a estudiar. Para poder hacerlo, se deben tener en cuenta diferentes factores de sí mismo, un conocimiento profundo sobre la personalidad, gustos, intereses, entorno y economía que permita elegir un proyecto de vida.

Según el estudio realizado por el Laboratorio de Economía de Educación de la universidad Javeriana (LEE), sólo el 39,7% de los estudiantes que se gradúan anualmente logran acceder a un proceso de formación superior, es por eso, que para este 2023, se espera que sea más del 50% de bachilleres los que logren ingresar a la educación superior.

El 33% de los jóvenes iberoamericanos entre 17 y 21 años son los que más desertan en sus carreras profesionales.

La probabilidad de abandono aumenta si son mujeres, o si están casados o en unión libre, según un estudio econométrico de la Universidad Nacional de Colombia.

Teniendo en cuenta estos desafíos en materia de educación, Planeta Formación y Universidades y Microsoft España avanzan en su alianza estratégica con la implementación en Colombia de un innovador sistema de gestión educativo integral basado en tecnología Microsoft. IBERO Corporación Universitaria Iberoamericana incorporará esta nueva herramienta de gestión educativa que permitirá ofrecer un acompañamiento integral a los alumnos y orientarlos en su carrera académica.

El LEE, expone que aproximadamente uno de cada tres jóvenes que ingresan a la educación superior en Colombia no se gradúan, una cifra preocupante para la educación colombiana, pero que permite que empresas como IBERO, tomen el reto de beneficiar a sus alumnos y potenciales alumnos, a través de la asistencia y seguimiento personalizado durante toda su experiencia educativa, con un alto estándar de calidad, desde la selección, inscripción e incorporación, así como durante su periodo académico y una vez finalizados los estudios.

Para Fran García, director de Educación de Microsoft España: “Estamos encantados de cómo esta relación de Microsoft con Planeta Formación y Universidades, que ya tiene varios años, está llegando más allá de nuestras fronteras y de cómo Dynamics 365 les permite atraer a los estudiantes de manera más eficiente, mejorar su experiencia a lo largo de sus estudios y mantener relaciones continuas con la comunidad de alumni”.

Con este nuevo sistema, se pretende, además, aportar valor a los estudiantes a través de orientación académica personalizada a lo largo de toda su trayectoria formativa. Por medio de esta alianza, Planeta Formación y Universidades sitúa a IBERO, al frente de los centros de educación superior más innovadores a nivel mundial con una tecnología a la vanguardia en gestión académica.

Para Andrea Pulido, directora general de Planeta Formación y Universidades LATAM: “Seguimos avanzando muy satisfactoriamente junto con Microsoft en dar una respuesta tecnológica a las necesidades de los modelos educativos actuales en formación superior, además de optimizar las interacciones de la Universidad con los estudiantes durante todo su ciclo formativo, de manera que los alumnos se mantengan en el centro de nuestra estrategia, ahora también en Colombia”.

Y añade, “el objetivo del grupo es desplegar esta herramienta en todas las instituciones educativas en España, Europa, EEUU, América Latina y norte de África y llegar así a más de 120.000 estudiantes en todo el mundo”





Liderazgo adaptativo: cómo liderar a distancia exitosamente

Por Sandra Ávila López, directora Conexiones Humanas de InterNexa

El trabajo remoto se implementó como una medida temporal y de emergencia durante la pandemia. Sin embargo, hoy en día se convirtió en una práctica común de muchas organizaciones.

Varias empresas han dejado atrás el modelo de trabajo tradicional, trasladando toda su operación a las esferas digitales o trabajando bajo una modalidad híbrida, lo que ha implicado la creación de estrategias distintas para mantener la productividad de sus equipos de trabajo, la cohesión, el trabajo en equipo, entre otros asuntos clave para lograr la continuidad de los negocios.

Sin embargo, la flexibilización del trabajo de la oficina a la casa no es suficiente para garantizar la operación de un negocio, también es necesario contar con un equipo capaz de afrontar los retos del trabajo remoto, y de un líder que se adapte y sea capaz de apoyar y guiar a su equipo en la distancia.

A continuación, te compartimos una serie de factores clave que deberás tener presente si lo que deseas es liderar a tu equipo a distancia de forma eficiente y con un impacto positivo y transformador hacia cada uno de sus miembros.

Manifiesto para liderar a distancia

Antes de comenzar con las recomendaciones clave, queremos dejar un manifiesto para tomar como base las estrategias de liderazgo que desees implementar:

Liderar remota o presencialmente conlleva exactamente los mismos objetivos, sólo que varían los mecanismos para lograrlo. Incluso, puede exigir que desarrolles competencias diferentes y dejes atrás otras que no posibiliten el cambio y frenen tu desarrollo como líder.

A pesar de la distancia debes seguir evaluando y revisando constantemente los objetivos grupales, el cumplimiento, su velocidad, la comunicación efectiva y el vínculo entre los miembros de tu equipo.

La comunicación efectiva y acertada es lo más importante

Recuerda que para lograr mantener la efectividad y el ritmo de trabajo es primordial tener puentes de comunicación

dentro del equipo y con el líder de la célula, todo con el objetivo de cultivar y fortalecer vínculos de confianza que permitan la detección anticipada de los posibles impedimentos.

Para ello es importante garantizar un medio de comunicación oficial para todos, y agendar con frecuencia algunas reuniones para hacer el seguimiento de las tareas pendientes y del cumplimiento de los objetivos marcados para el equipo.

Establece estándares de desempeño

Bien sea en la oficina o desde casa, el trabajo debe contar siempre con objetivos definidos, y asimismo, con estándares claros sobre el desempeño de cada uno de los integrantes del equipo.

Recuerda que para poder evaluar los resultados grupales es importante contar con reglas claras, y que cada integrante las conozca a cabalidad. Todos deben tener claro cuál es su contribución a las metas grupales.

No olvides liderar desde la individualidad

Recuerda que cada persona de tu equipo posee cualidades y habilidades diferentes.

Por ello, un buen líder siempre construye su estrategia de liderazgo basado en la individualidad de cada integrante, de esta forma podrás detectar con facilidad en qué tipo de situaciones o puntos en específico tu equipo requiere más apoyo o acompañamiento.

Promueve una cultura colaborativa

Enfoca a tu equipo hacia el trabajo colaborativo hablando siempre en términos de equipo e incluyéndote a ti mismo como parte del equipo. No permitas que se generen ambientes de alta competencia recordando constantemente que los resultados grupales se traducen en beneficios mutuos por objetivos compartidos.

Fortalece los vínculos de tu equipo

Entre cada uno de los integrantes y con la organización misma.

Cuando se está trabajando desde casa es muy fácil desvincularse de los compañeros de trabajo y por ende de la empresa misma. Por ello es importante que compartas constantemente la información de la compañía con ellos.

Asimismo, celebra constantemente los logros de cada miembro del equipo, de esta forma les recuerdas que su trabajo es beneficioso para la operación del proyecto y que se refleja positivamente sobre el trabajo de sus otros compañeros.

Por supuesto, no olvides celebrar algunas fechas importantes como los cumpleaños o aniversarios.

Este tipo de actividades siempre fortalece los puentes de comunicación con cada integrante del equipo, al mismo tiempo en que mantiene el ánimo y la productividad en los niveles más altos.

La retroalimentación es el pilar del trabajo en equipo

Un equipo eficiente siempre está buscando la mejora continua y para ello es fundamental que su líder tenga la disponibilidad y la disposición para brindar

constantemente retroalimentaciones, resaltando cada factor positivo del trabajo en equipo, el valor de la labor de cada integrante, y cuáles son esas nuevas metas que deben trazarse para lograr superarse a sí mismos.

El trabajo remoto puede ser un reto para cada colaborador.

Finalmente, es necesario hacerse las preguntas correctas, aquí te recomendamos algunas que te ayudarán evaluarte y hacer los ajustes para garantizar el éxito de tu liderazgo a distancia:

¿Tu equipo posee una base sólida de confianza, respeto y colaboración entre los miembros del equipo?

¿Sabe tu equipo cómo trabajar remotamente sin afectar su productividad?

¿Son óptimas las herramientas colaborativas (Internet, sitios compartidos, etc.) de tu empresa para tus equipos virtuales?

¿Cuentas con redes seguras para evitar el hurto de información cuando tu equipo use sus propias conexiones a internet?





Descubra la tecnología que está revolucionando la selección de talento en las empresas

Verónica Ferrer Moregó, autora del estudio y profesora de EAE Business School.

Un estudio reciente titulado 'Nuevas tendencias en People Management', publicado por la EAE Business School, destaca cómo estas tecnologías están cambiando el juego en la gestión de personal. En lugar de procesos lentos y tediosos, el Big Data y la Inteligencia Artificial permiten una selección de candidatos más ágil y eficiente.

Imagina un mundo donde encontrar al candidato perfecto sea más rápido y preciso que nunca.

Esto ya no es un sueño.



La tecnología ha cambiado la forma de llevar a cabo negocios y de dirigir las compañías, según el estudio '[Nuevas tendencias en People Management](#)', publicado por [EAE Business School](#), que forma parte de Planeta Formación y Universidades.

El Big Data, la AI, el blockchain, el IOT, la robotización y el metaverso, son algunos conceptos clave en materia de innovación que cada vez más están presentes en los departamentos de RRHH.

Según el estudio, estas nuevas tecnologías permiten agilizar los procesos de selección y evaluación de candidatos, así como a identificar patrones de comportamiento y sugerir mejoras en la experiencia del empleado.

«Para atraer y retener a los mejores talentos, mejorar la eficiencia en la gestión del personal y la experiencia del empleado, el People Management necesita ser consciente de que, en la actualidad, la innovación es un motor clave para su éxito empresarial», señala Verónica Ferrer Moregó, autora del estudio y profesora de EAE Business School.

Ferrer Moregó, también apunta que el departamento de Recursos Humanos se está convirtiendo en la pieza clave para informar, sensibilizar, acompañar y liderar el cambio de todos los proyectos de transformación digital de la compañía.

«Los profesionales de RRHH deben tener una comprensión profunda de la tecnología emergente, de las tendencias del mercado y de cómo pueden aplicarse para mejorar los procesos de People Management», explica Ferrer Moregó.

Del estudio se desprende que la tecnología está cambiando el juego empresarial a través del Business Intelligence (BI), que combina análisis de negocios, minería de datos, visualización, herramientas e infraestructura de procesamiento de datos, además de prácticas recomendadas para ayudar a las empresas a

tomar decisiones basadas en información específica y fiable.

¿Qué es el people analytics?

«Con Business Intelligence, los datos se convierten en oportunidades. Para ello, es crucial comprender su aplicación en cada área de negocio y, en este caso, en el departamento de RRHH.

Se habla entonces del People Analytics, la metodología analítica del Business Intelligence enfocada en el análisis de datos de Recursos Humanos», se expone en el estudio.

Con un enfoque de People Analytics, las compañías son capaces de obtener información sobre la relación entre trabajador-negocio, como: Qué perfil de empleado está generando el mayor rendimiento, cuáles son las competencias que están escaseando, cuáles son las razones que están causando una rotación de personal elevada, etc.

También se pueden identificar los canales de contratación más efectivos, los perfiles de candidatos más adecuados, los indicadores de éxito de la contratación o el tiempo medio que se tarda en cubrir una vacante disminuyendo el tiempo de reclutamiento, que en promedio, suele tomar de 4 a 8 semanas, aunque puede ser más corto o más largo en casos particulares.

“El People Analytics no es más que usar toda la información de la que ya disponemos y darle un sentido y un propósito, es decir, sacar conclusiones que puedan ayudar al negocio”, cuenta Sergi Hernández, co-director del [Advanced Management Program \(AMP\) en People Analytics](#) de EAE Business School Barcelona. “El uso de People Analytics puede marcar la diferencia en la gestión de recursos humanos, ya que permite una toma de decisiones más eficaz, fundamentada y estratégica en cuanto a la gestión de talento”, añade Hernández.

Llega a Colombia el primer asistente virtual especializado en reclutamiento

¡Prepárese para su entrevista de trabajo!

Ángela González CEO de Ok Empleos



Conozca a RIO la IA que ayuda a entrenar para las entrevistas laborales

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) reveló que en agosto de este año la tasa de desempleo en Colombia fue del 9,3%, lo que representa una disminución de 1,3 puntos porcentuales frente al mismo mes en 2022. Una cifra bastante alentadora para la economía, aunque los desocupados siguen siendo un número importante en el país.

Ciertamente, el mercado laboral es cada vez más competitivo, las empresas están buscando personal con grandes cualidades y que destaquen entre los demás. Por lo que, es crucial contar con habilidades, conocimientos y destrezas que impresionen. Actualmente, las compañías le dan prioridad no solo al nivel académico de sus futuros empleados, sino también a sus habilidades sociales y emocionales que exigen escenarios donde se deba trabajar bajo presión y en equipo.

Es allí, donde las entrevistas laborales tienen un papel fundamental: Son una de las situaciones más importantes, pero a su vez, más estresantes que pueden enfrentar los candidatos en su vida profesional.

En este sentido, a Colombia llega RIO (Reclutador Inteligente de Ok Empleos): el primer asistente virtual especializado en reclutamiento con el que las personas podrán entrenar para su próxima entrevista laboral. Esta herramienta, diseñada por el prestigioso portal de empleos, [Ok Empleos](#), la plataforma líder en búsqueda de empleo que conecta empresas y candidatos con inmediatez, tiene como objetivo ayudar a prepararse para entrevistas laborales de manera efectiva y realista.

Esta asistencia que funciona con Inteligencia Artificial, permite a los candidatos simular una entrevista en tiempo real con un reclutador virtual, recibiendo retroalimentación valiosa y consejos personalizados para mejorar

sus habilidades de comunicación, entender las necesidades de los empleadores y ayudar a desarrollar la confianza para asegurar el puesto deseado.

De igual manera, esta IA está diseñada para conducir una entrevista laboral interactiva, planteando las posibles preguntas que los reclutadores suelen hacer con frecuencia.

Por medio de su tecnología avanzada de procesamiento de lenguaje natural, RIO evaluará las respuestas proporcionadas por el candidato, puesto que puede escuchar y hablar como si se estuviera hablando con un reclutador real, posteriormente, ofrecerá un feedback detallado sobre los puntos fuertes y áreas de mejora.

¿Cómo pueden los interesados acceder a RIO?

El proceso para utilizar esta herramienta es sencillo y accesible para todos los usuarios.

Los candidatos solo deben ingresar y registrar sus datos personales en la plataforma de Ok Empleos; una vez dentro, podrán encontrar a RIO, presentarse con su nombre y cargo al que aspiran. Y lo mejor, podrán seleccionar el idioma en el que quieran realizar su entrevista, en inglés o español.

Desde ese momento, estará listo para comenzar la simulación.

¿Cuáles son los beneficios al usar RIO?
Beneficios de practicar tus entrevistas con RIO, antes de presentarlas:

1. Perder el miedo
2. Preparar tus respuestas para cargos específicos
3. Practicar tu tono de voz y precisión las respuestas
4. Recibir retroalimentación
5. Volver a practicar cuantas veces se quiera
6. ¿Tienes una entrevista y no sabes con quien practicar?

RIO es la herramienta perfecta para ti. Esta Inteligencia Artificial te hará las preguntas más frecuentes que suelen hacer los reclutadores. ¡Es como tener una entrevista real! Además, también se puede practicar las entrevistas en inglés,

así como preparar respuestas para cargos y roles específicos.

*“Trabajamos por utilizar lo que nos brinda la Inteligencia Artificial a nuestro favor y de forma correcta, y qué mejor, que para multiplicar las oportunidades de nuestros candidatos en la búsqueda de empleo.”
puntualiza Angela Gonzalez de Ok Empleos.*

RIO, el reclutador inteligente, puede ser de gran utilidad a la hora de buscar y obtener el trabajo de sus sueños, mejorando las posibilidades de ser seleccionado ¡Es gratis! Empieza ahora.



Designing the future

Our Services:

Smart Services Design
Product Development
Manager Training
Management Counseling

ConsejeroGerencial.com





El Camino hacia la contratación en medio de los despidos en las Big Techs y el mercado de TI

Giuliana Corbo
Directora Ejecutiva de Nearsure

A pesar del aumento significativo en los despidos en la industria tech, los profesionales en el ámbito de la Tecnología de la Información (TI) continúan siendo altamente demandados en el mercado internacional. Las recientes oleadas de recortes laborales en varias empresas tecnológicas líderes han generado inquietud entre los expertos de la industria, quienes se preguntan sobre la estabilidad laboral en este sector.

Tan sólo Google y Microsoft, según datos de la plataforma layoffs.fyi, han sumado alrededor de 22,000 despidos en el año 2023. Este panorama, influenciado por la crisis económica, la elevada inflación y las tasas de interés, además de los conflictos en Ucrania y sus efectos en la perturbación de las cadenas de suministro internacionales, parecería indicar un entorno inestable. Igualmente, otra variable que ha contribuido a esta inestabilidad es la contratación excesiva que tuvo lugar durante la pandemia con el fin de abarcar las necesidades surgidas durante ese período.

A pesar de estos desafíos, la demanda de profesionales en el campo de la Tecnología de la Información se mantiene sólida y se espera que persista a lo largo del año. Giuliana Corbo, directora ejecutiva de Nearsure, una empresa que se dedica a conectar a los talentos de TI de América Latina con el mercado norteamericano señala que, aunque esta es una señal alentadora, los trabajadores de esta área deben prestar atención a las necesidades cambiantes del mercado. Las habilidades profesionales y técnicas, la experiencia laboral y la adaptación a las nuevas circunstancias que siguen siendo requisitos esenciales que deben destacarse.

Perspectivas para el Sector de TI

El campo de la tecnología aún presenta oportunidades de contratación, y los profesionales de TI están entre los menos afectados por los recortes laborales. A pesar de que el panorama pueda parecer incierto, diversos informes apuntan a cifras optimistas.

Según la Federación Colombiana de la Industria del Software y Tecnologías Informáticas, la industria de tecnología de la

información (TI) representa actualmente un 2,9 % del Producto Interno Bruto (PIB) del país. Esta cifra demuestra la importancia y el crecimiento acelerado de este sector en la economía colombiana.

Las Expectativas de las Empresas

Nearsure es un ejemplo de una multinacional que busca profesionales de TI. La empresa ha experimentado un incremento del 65% en el número de contratos con talento colombiano entre 2022 y principios de 2023, y se espera que esta cifra continúe aumentando a lo largo del año.

En la actualidad, la compañía cuenta con 43 profesionales locales en su equipo, todos trabajando de manera remota.

Giuliana comenta: *"En el caso de Estados Unidos y Canadá, la subcontratación en América Latina presenta múltiples ventajas: husos horarios similares, proximidad geográfica que simplifica las ocasionales reuniones, mayor afinidad cultural y de idioma, y una región con una plataforma de servicios de tecnología de gran desarrollo, capaz de ofrecer talento IT de gran calidad"*.

Entre los requisitos principales de la empresa se encuentran un dominio sólido del inglés, habilidades interpersonales destacadas, más de cinco años de experiencia laboral, así como conocimientos en áreas técnicas de alta demanda, como Fullstack, Frontend y Backend, además de habilidades en tecnologías como Java, React, SQL, Angular, C#, Javascript y .NET.



No te quedes atrás y trasciende

porque el camino hacia tus logros continúa,
estudia un **posgrado con nosotros.**

Especialización en Cultura y Clima Organizacional

SNIES: 102393 | Renovación y modificación del Registro

Calificado: 009924 del 17 de junio de 2020

Duración: 2 semestres | Modalidad Presencial en
Medellín (Antioquia) | Más info: www.iush.edu.co

Especialización en Gerencia de Mercadeo Estratégico

SNIES: 102208 | Resolución de renovación y

modificación del Registro Calificado: 002621 del 21

de febrero del 2020 | Duración: 2 semestres

Modalidad Presencial en Medellín (Antioquia)

Más info: www.iush.edu.co

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



Escanéame



Vigilada Mineducación

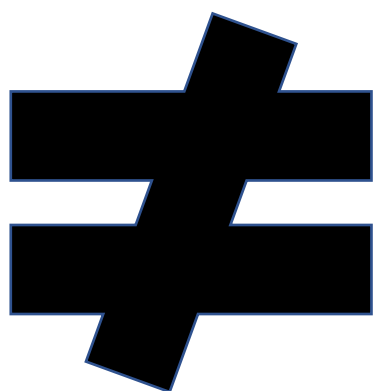
iUSH
Institución Universitaria
SALAZAR Y HERRERA

Prueba de embarazo



Los exámenes médico-ocupacionales son un procedimiento fundamental en el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, dentro de los que se encuentran los exámenes de ingreso, los periódicos y los de egreso.

Estos exámenes deben ser definidos en un profesiograma por parte de un médico especialista en seguridad y salud en el trabajo, con base en los riesgos a los que se encuentre expuesto los trabajadores.



- Sin embargo, exigir una prueba de embarazo o realizar preguntas sobre los planes reproductivos del trabajador está prohibido y tiene una multa de hasta 2.455 UVR.

Asegurar las condiciones de salud del trabajador antes, durante y después de finalizar su tiempo de vinculación laboral es indispensable en el ámbito empresarial. Para ello se deben realizar, los exámenes ocupacionales en los términos de la Resolución 2346 de 2007 del Ministerio de Protección Social, y demás normatividad que lo complementa u adicione.

Estos exámenes se dividen en tres grupos y son esenciales ya que le permite al empleador conocer las condiciones de salud de sus trabajadores y con ello gestionar de mejor forma sus condiciones de trabajo, así como evitar una desmejora en su estado de salud por los riesgos a los que se encuentran expuestos por su labor específica.

Tenga presente los siguientes 3 exámenes ocupacionales que tendrán que realizarse sus trabajadores durante el tiempo que permanezcan vinculados:

- Exámenes de pre- empleo o exámenes médicos de ingreso: sirven para determinar si el trabajador cumple con las condiciones físicas y medicas para desarrollar las labores que el cargo que va a ejecutar requiere, como lo sería por ejemplo el trabajo en alturas. Además, también tienen como fin identificar condiciones especiales de salud a ser trabajadas desde los subprogramas de medicina preventiva y del trabajo.

Exámenes médicos ocupacionales periódicos: tienen el objetivo de verificar el estado de salud del trabajador a la fecha de su realización de cara a la exposición de los diferentes riesgos que

la actividad para la cual fue contratado genera. Así mismo, permite tener insumo para desplegar actividades de promoción y prevención en salud.

- Exámenes médicos de egreso: permiten valorar las condiciones de salud en las cuales el trabajador se retira de las tareas o funciones asignadas.

Una vez realizado cada uno de los exámenes médico ocupacionales en cita, la IPS o médico tratante respectivo tiene la obligación de entregar tanto al empleador como al trabajador un diagnóstico de salud, siendo esta información distinta a la historia clínica y no sometida a la reserva y confidencial de esta última.

Así las cosas, la realización de los exámenes médicos ocupacionales son de gran importancia al interior de una empresa, pues son el insumo de los subprogramas de medicina preventiva, comenta Maria Carolina Martínez, asociada de Godoy Córdoba.

En este sentido, es relevante que los exámenes que se practiquen estén establecidos en el profesigramas de la entidad, realizado por un médico licencia en seguridad y salud en el trabajo, acorde en todo caso a los riesgos y peligros de la organización.

Ahora bien, la ley 2114 del 2021, al regular la prohibición de medidas discriminatorias hacia las mujeres en su acceso al trabajo, recuerda nuevamente que la exigencia de pruebas de embarazo

está prohibida, como requisito obligatorio para el acceso o permanencia en cualquier actividad laboral, permitiendo solicitarla, con consentimiento previo de la trabajadora, solo cuando la función a desempeñar implique riesgos reales o potenciales que puedan incidir negativamente en el desarrollo normal del embarazo.

Además, en la ley en cita se menciona que realizar preguntas relacionadas con los planes reproductivos queda prohibida en las entrevistas laborales y se presumirá como una práctica discriminatoria, esto debería evitarse sin importar el género para dar un amplio desarrollo al principio de igualdad, agregó María Carolina.

Las organizaciones que lleguen a incumplir estas normativas serán sancionadas de la siguiente manera, según indica la asociada. Exigir una prueba de embarazo por fuera de lo dispuesto en la ley o realizar preguntas que se consideren discriminatorias tendrá una multa de hasta 2.455 UVR.

Conocer y realizar oportunamente los exámenes ocupacionales a los trabajadores no solo impacta positivamente en el rendimiento individual y la salud en el largo plazo de los empleados, además le permite a la organización fomentar un entorno laboral seguro y productivo. Evitando riesgos de reclamaciones futuras.

Incapacidades, accidentes y enfermedades laborales: qué son y cómo actuar ante estos casos

Los ausentismos laborales requieren de una mirada integradora, esto es: la parte legal, la médica y la de seguridad y salud en el trabajo.

Los empleadores pueden prevenir abusos del derecho asesorándose y haciendo un estudio del ausentismo de su personal para clasificar sus casos y consecuentemente estandarizar las medidas de intervención.

Una incapacidad médica, ya sea por accidente o enfermedad, está definida en Colombia como la situación en la que un trabajador sufre una afección a su estado de salud, por lo que requiere descanso físico y tratamiento médico indicado por un profesional de la salud.

De la misma manera, la legislación en el país tiene tipificadas las incapacidades laborales, las cuales se diferencian de las de origen común, porque se generan por una actividad realizada en su espacio de trabajo y durante la jornada en que desempeña su labor, es decir, que un trabajador sufra una caída en las instalaciones de la empresa o se enferme porque en su lugar de trabajo está expuesto a un riesgo específico, por ejemplo, alguna sustancia química en particular.

Teniendo en cuenta lo anterior, es importante tener claras cuáles son las obligaciones de los empleadores cuando se presentan este tipo de situaciones, ya que la ley contempla tanto derechos como deberes para ellos.

María Carolina Martínez, asociada de la firma laboral Godoy Córdoba, explica los puntos que debe contemplar un empleador cuando algún trabajador reporte una baja

laboral por enfermedad o accidente, sin importar su origen.

“En primer lugar, resulta recomendable verificar que la misma sea emitida por una IPS adscrita a la EPS del trabajador, y en todo caso por un médico debidamente titulado y con sus documentos en regla.

Posteriormente, hay dos áreas de gestión en cuanto a las incapacidades médicas, el laboral, y la de seguridad y salud en el trabajo, cada una de ellas actuará dependiendo del origen de la incapacidad, es decir, de origen común o laboral”.

Teniendo en cuenta lo anterior, el paso a seguir es que, desde el área de seguridad y salud en el trabajo, una vez recibida la incapacidad se debe ingresar al sistema de gestión, hacerle seguimiento y realizar las actividades de redireccionamiento que correspondan con el fin de darle cumplimiento al programa de rehabilitación integral para la reincorporación laboral.

“En palabras sencillas, lo que se propone es que, frente a cada incapacidad, al ser recibida se debe estudiar, y de ser procedente, se pasa a un proceso de revisión de las recomendaciones y restricciones médicas y consecuentemente se realice la modificación temporal o definitiva de funciones en el mismo cargo, o incluso se proceda a la reconversión laboral, esto es el entrenamiento en un nuevo rol”, puntualizó la vocera.

Por otra parte, muchas empresas cumplen con ese primer proceso de validación de

información y atención, pero luego cometen un error dentro de ese monitoreo del estado de salud de sus trabajadores.

“Olvidarse del personal que se encuentra incapacitado o ausente por razones de salud.

Esto no sólo facilita situaciones de abuso del derecho, sino que además impacta en la agilidad con la que casos de gravedad puedan lograr mejoría real o en su lugar el reconocimiento de una pensión de invalidez ya sea por el Sistema General de Pensiones, o la Administradora de Riesgos Laborales”, enfatizó Martínez.

Pero al hablar de casos en las que exista sospecha de una simulación en el estado de salud, es importante tener en cuenta que los empleadores también tienen a favor algo que se conoce como situación

constitutiva de abuso del derecho, la cual se produce cuando el trabajador obtiene prestaciones asistenciales o económicas por parte del Sistema General de Seguridad Social en Salud o de Riesgos

Laborales sin contar con fundamento real para ello (Decreto 780 de 2016 y la Resolución 3050 de 2022).

Para evitar estas situaciones es importante que las empresas y sus dirigentes se asesoren y realicen un estudio del ausentismo de su personal para clasificar sus casos y consecuentemente estandarizar las medidas de intervención.

- “Si llegase a encontrarse una situación de las que la ley enlista como abusiva del derecho lo pertinente es revisar el material probatorio de la misma, hacer la denuncia ante las entidades del sistema general en salud o de riesgos laborales según corresponda, además de estudiar el caso para determinar la estrategia a seguir en el manejo de la relación laboral.

Cada caso debe ser estudiado de manera particular”, concluyó la abogada.

Por ello es importante mantenerse actualizado en cuanto a la legislación que regula estas situaciones, por ejemplo, para el caso de la tabla de enfermedades laborales deberá actualizarse por lo menos cada 3 años.

La reglamentación vigente al respecto es el Decreto 1477 de 2014, modificado el Decreto 676 de 2020.





Gestión del talento humano en la Era Digital: habilidades y competencias

Por: Alfredo Terlizzi, CEO de Workia

La revolución digital y tecnológica ha llegado con importantes herramientas para el mundo, específicamente para el sector de los Recursos Humanos ha ofrecido un sin fin de oportunidades que permiten optimizar la gestión del talento humano, en los últimos años las tendencias han estado volcadas a reducir la carga operativa para enfocarse en objetivos estratégicos y se predice que en los años venideros, no van a cambiar.

En primer lugar, la automatización de procesos gana terreno al utilizar herramientas que agilizan tareas repetitivas, liberando tiempo para actividades estratégicas.

La analítica de datos y People Analytics se vuelven cruciales para tomar decisiones fundamentadas, empleando herramientas de análisis y visualización de datos para obtener información sobre el desempeño y la fidelización del talento.

Además, se prioriza la experiencia del colaborador mediante la adopción de tecnologías que mejoran la interacción, como aplicaciones móviles, plataformas de autoservicio y herramientas de comunicación interna, fomentando un entorno de trabajo colaborativo y satisfactorio.

Todas estas tecnologías deben tener tres características especiales: deben ser fáciles de usar para que tanto los profesionales de RR.HH. como los empleados puedan aprovechar su potencial sin dificultades; deben ser adaptables a las necesidades específicas de la organización y permitir la personalización para diferentes roles y departamentos y finalmente las tecnologías deben fomentar la interacción y el compromiso, ya sea a través de interfaces amigables, contenido atractivo o elementos de gamificación.

Sin lugar a duda, estas oportunidades vienen acompañadas de retos significativos como: la vinculación virtual efectiva, la transición a interacciones virtuales plantea el desafío de mantener la conexión y el impacto de las relaciones cara a cara en un entorno digital; el rápido avance tecnológico requiere que

los profesionales de RR.HH. estén actualizados con las últimas herramientas y soluciones digitales para gestionar el talento de manera eficiente, adicionalmente es crucial mantener la humanidad en la gestión de recursos humanos y encontrar formas de combinar la eficiencia tecnológica con el cuidado del bienestar de los empleados.

¿Qué habilidades se necesitan para gestionar el talento humano de forma exitosa en una realidad digital en constante evolución y con altísimo flujo de información?

Competencias socioemocionales: en un entorno digital, es esencial desarrollar habilidades de comunicación y empatía para conectar con el personal de manera efectiva y promover un ambiente colaborativo.

Habilidades tecnológicas: la comprensión y adopción de tecnologías digitales son cruciales. El equipo de RR.HH. debe estar familiarizado con herramientas de gestión de talento, análisis de datos y plataformas en línea para la contratación y el desarrollo del personal.

Análisis de datos: la capacidad para analizar datos relacionados con el rendimiento de los empleados y las tendencias laborales es vital para tomar decisiones informadas y mejorar constantemente los procesos.

Pensamiento estratégico: RR.HH. debe adoptar una mentalidad estratégica para atraer, retener y desarrollar a los mejores profesionales. Esto implica comprender cómo el talento puede influir en la estrategia general de la organización.

Transparencia y autenticidad: en un mundo donde la información es accesible para todos, la transparencia y la autenticidad son fundamentales. Es importante que los líderes de RR.HH. sean capaces de generar confianza y equilibrio entre el mundo digital y el real.

Es clave que el equipo de trabajo de talento humano cuente con ciertas habilidades y competencias para aprovechar de la mejor manera posible estas herramientas. Los profesionales de RR.HH. deben estar cómodos con las herramientas y plataformas tecnológicas relevantes para su trabajo. Fortalecer su pensamiento analítico para tener la capacidad de analizar datos y extraer información significativa que es esencial

para tomar decisiones informadas, deberá ser su prioridad. Dado el cambio constante en la tecnología, un equipo flexible y dispuesto a aprender y adaptarse a nuevas soluciones, marcará la diferencia. A medida que las interacciones pueden ser tanto en persona como virtuales, la comunicación efectiva es clave para transmitir información y mantener la conexión.

Y por último, a pesar de la tecnología, el enfoque en el bienestar y la humanidad de los empleados sigue siendo esencial para mantener un entorno de trabajo saludable.

WORKIA

Lo que su empresa necesita
para ser exitosa...
En un sólo lugar

salazarbh.com





¿Sabe cómo identificar las fake news?

Expertos le cuentan

Difundir las noticias falsas nunca fue tan fácil. Aquí le presentamos 5 técnicas infalibles para detectar fake news en las redes.

La verificación de cuentas en redes sociales puede estar trayendo más problemas que soluciones. Mientras antes las cuentas con el ícono azul eran solo de periodistas, celebridades, miembros de gobierno y medios oficiales, ahora con solo unos dólares cualquier perfil puede contar con una verificación.



Con esto, el algoritmo de las redes hacen las publicaciones de dichas cuentas más visibles, y aunque facilita la adquisición de estatus, también abre las puertas a la desinformación.

Es imposible evitar que se filtren las fake news

Pese a los proyectos de ley que se han propuesto para enfrentar la desinformación en redes en países como Perú, Chile y Colombia, especialmente cuando se atraviesan periodos electorales, erradicarlas es más difícil de lo que parece.

«Este es un fenómeno que ocurre en todo el mundo y evitar la filtración de la desinformación es casi imposible», afirma Marcos Antón, doctor en comunicación e investigador de la Universidad Internacional de Valencia - VIU, perteneciente a Planeta Formación y Universidades.

«En algunos países latinoamericanos, los medios generalistas privados o públicos tienen una posición muy débil de mercado frente a los nuevos medios».

Es por esto que la tendencia del consumo de medios alternativos es cada vez más frecuente, pues en ellos existen menos filtros periodísticos en el tratamiento y la comprobación de la información falsa. Y se le suma, además, la normalización de

los titulares amarillistas que son pan de cada día en muchas regiones del continente, algo que dificulta aún más diferenciar una noticia real de una fake news.

5 tips para detectar una fake news

Los lectores están en la capacidad de diferenciar una noticia real de una falsa con los mecanismos adecuados.

Por eso, el experto de la Universidad Internacional de Valencia comparte 5 tips infalibles para lograrlo:

1. Perciba el tono del titular: si al leerlo te asusta o te hace enfadar, es probable que haya una intención desinformativa detrás de aquella noticia.
2. Lea la noticia: Muchas veces compartimos noticias solo por su titular, pero la responsabilidad de compartir una noticia va de la mano con leerla atentamente, pues muchas veces el cuerpo de la noticia acaba desmintiendo el titular. Muchas veces, incluso, podemos descubrir que no existe relación entre el título y el contenido, o simplemente está todo fuera de contexto.
3. Verifique la información en otros medios: A veces basta con hacer una sencilla búsqueda en Google para descubrir que una noticia es mentira, sea porque nadie más habla de ella o porque los demás medios la desmienten. Aquí juegan un papel fundamental los medios de verificación o fact-checking.

4. Revise quién es el autor de la noticia: Los medios y periodistas reputados y profesionales no son tan permeables a las fake news, por lo que una buena táctica es comprobar la autoría. Muchas fake news aparecen en medios poco reputados y son anónimas o firmadas por nombres falsos.
5. Ubique las fuentes: Una premisa esencial del periodismo es que, si no ha sido testigo del hecho noticioso, el periodista ha de basar sus afirmaciones en fuentes. Una noticia falsa no menciona fuentes reales, y si lo hace, podemos investigarlas para finalmente comprobar que no existen.

La lectura responsable es aliada de la verdad

Con estos cinco tips será más fácil evitar replicar la desinformación, sea en redes sociales o voz a voz. Con la velocidad con la que se mueve la información, es necesario tomarse unos minutos y hacer un acto responsable de lectura, especialmente cuando dicha información no va en línea con nuestras posturas o creencias, pues es la lectura pasional, y no racional, la que alimenta la proliferación de la desinformación.

El criterio, la conciencia y la objetividad se ponen a prueba diariamente en esta era de la hipercomunicación.



Universidad
Internacional
de Valencia

La tarea de un gerente es transformar la realidad y construir el futuro... ¿Sabes cómo?

Pregúntanos...



Estilo Gerencial

Para empresarios competitivos

EstiloGerencial.com



Progresar en un mundo Multicloud

*Por: Ana Idarraga, Senior Sales
Manager Dell Technologies*

En un mundo donde la transformación digital es un imperativo en las estrategias de las compañías, ofrecer una experiencia de nube simple y fácil de implementar es un desafío. Las organizaciones deben ser más flexibles y encontrar formas de mejorar la eficiencia y el control de las operaciones de TI remotas. Los que lo están haciendo con mayor eficacia están comenzando a adelantarse, mientras que otros se quedan atrás.

Y es que a medida que las personas cuentan con la capacidad de trabajar desde cualquier lugar, la presión sobre las cargas de trabajo cambia.

Ante ese escenario, el multicloud se ha convertido en un pilar fundamental de la arquitectura revolucionaria y transformadora que necesitan las empresas.

Unificar la infraestructura TI de las organizaciones es el puente para descubrir una realidad moderna, flexible y de nube múltiple con innovación. Si sumamos colaboración e ingeniería conjunta, esto permitirá proporcionar a los clientes la sencillez y el control que necesitan para administrar de manera eficiente varios entornos de TI.

Hacer uso de una infraestructura inteligente, impulsa a los clientes a implementar experiencias de nube unificadas que puedan escalar y mantenerse a la par de las cambiantes exigencias de su negocio.

Desde nuestra experiencia, las soluciones de infraestructura como servicio (IaaS) de Dell Technologies Cloud han permitido que las empresas innoven rápidamente al escalar fácilmente, reducir los costos y aumentar el rendimiento de la infraestructura crítica para la empresa.

Además de esto, desde Dell Technologies buscamos operaciones autónomas con un enfoque más simple para las operaciones de TI, que se centre en la automatización de las tareas monótonas y cotidianas, y de esta forma, permite aumentar la productividad y reducir el riesgo.

Es así como construimos un modelo flexible basado en el consumo para controlar el gasto en TI, lo que brinda la

opción de TI de múltiples nubes según sus necesidades. La entrega como servicio garantiza que podrán acceder a las herramientas y aplicaciones que necesitan para innovar, crecer y prepararse para el futuro.

La flexibilidad que brinda el consumo de TI como servicio se ha constituido como una alternativa para los CIOs ante los modelos de adquisición tradicionales, y es en este punto, donde Dell APEX, puede convertirse en un aliado que beneficia la economía de las empresas, garantizando la agilidad de la nube pública que prefieren los usuarios y el control de la nube privada que necesitan las empresas, basándose en las tecnologías líderes del sector.

Es por esto que Dell Technologies contamos con soluciones cloud simplificadas, diseñadas en asociación con VMware, para brindar innovación impulsada por software para el panorama de TI moderno del borde a la multinube con flexibilidad y opciones mejoradas. Así es como Dell Technologies APEX Cloud Services con VMware Cloud permite operaciones seguras y consistentes en entornos de múltiples nubes.

Es innegable que las cargas de trabajo han cambiado drásticamente y si las empresas quieren permanecer a la vanguardia, es fundamental contar con una infraestructura de TI robusta, segura y ágil, que se adapte a las necesidades del entorno, y cuente con soluciones integrales de tecnología para escalar recursos rápidamente con precios estables y transparentes.

The Dell Technologies logo, featuring the word "DELL" in a stylized blue font with a diagonal line through the 'E', followed by the word "Technologies" in a grey sans-serif font.



¿Viviendas futuristas en Colombia?

Conozca más sobre las casas inteligentes

Las casas del futuro o Smart Homes ya son una realidad en Colombia. Descubra en qué consiste tener un hogar inteligente.

El concepto de «casa inteligente» puede llegar a ser más común en la vida cotidiana de muchos hogares colombianos, debido a dos factores: el aumento del consumo tecnológico y la ampliación de la cobertura a internet.

Según informó recientemente la Comisión de Regulación de Comunicaciones, «para diciembre de 2022, las conexiones de Internet móvil alcanzaron los 40,11 millones, con un crecimiento de 5,7% respecto a 2021».

Asimismo se reportó un acceso a la tecnología 4G representado en un 85,3%

del total, alcanzando los 34,2 millones a finales de 2022.

Con esto, las posibilidades de que un hogar cuente con tecnología domótica en sus hogares crecen de manera positiva.

calidad de vida en general», añade Marcelo.

¿Qué es una casa inteligente?

Una casa inteligente, que es como se puede definir popularmente este «sistema domótico», es una residencia equipada con tecnologías y dispositivos avanzados que permiten a los propietarios controlar y supervisar a distancia diversos aspectos de su entorno vital.

«Una cámara o una cerradura inteligente se pueden manejar desde smartphones, tablets, laptops y cualquier otro dispositivo móvil a través de las aplicaciones que traen y se instalan para poder configurar, visualizar, controlar y almacenar», explica el vocero de EZVIZ.

En el caso de la compañía, cuyo foco son las cámaras de video domésticas para interiores y exteriores, así como sistemas de acceso inteligente y alarmas, el usuario puede ver en tiempo real lo que transmite una cámara, puede hacer seguimiento de movimiento, recibir notificaciones ante alertas de voz o movimientos específicos, así como bloquear o desbloquear puertas o hablar directamente a través de los aparatos para disuadir a extraños o simplemente comunicarse desde la distancia o hablar con alguien en la casa.

«Esta tecnología, que además se potencia cada vez más con la IA, dota a la casa de ciertas características clave que hacen más confortable, segura y práctica la vida en ellas». agrega Marcelo Shen. «Ofrecen una amplia gama de

«Tener un Smart Home es una innovación revolucionaria que está transformando nuestra forma de vivir, trabajar e interactuar con nuestro entorno», afirma **Marcelo Shen, experto en seguridad para Smart Homes y country manager de EZVIZ**, una compañía que diseña cámaras de video para el hogar, sistemas de videovigilancia, alarmas y cerraduras inteligentes.

«Un hogar inteligente no es solo una casa; es un ecosistema inteligente e interconectado que mejora la comodidad, la seguridad, la eficiencia energética y la



soluciones, especialmente para las condiciones de la vida moderna, que exigen estar mejor conectado, pero optimizando tiempos y recursos».

En el caso de EZVIZ, se ha podido comprobar cómo las cámaras no solo contribuyen a la percepción de seguridad de una casa, sino que también brindan solución para conectar a las familias o a las mascotas con sus dueños.

Características clave de una casa inteligente:

En términos generales, la denominada «domótica» permite contar con sistemas de automatización que pueden controlar los dispositivos que se tengan en un espacio. Los propietarios pueden establecer horarios, crear rutinas y hacer ajustes a distancia.

Esta tecnología puede conectarse fácilmente a asistentes como Amazon Alexa o Google Assistant, facilitando también el control mediante comandos de voz.

Así se garantiza la comodidad, el confort, el bienestar, la tranquilidad y la seguridad, pues al poder controlar muchas de las actividades a distancia a través de las apps instaladas en el smartphone del usuario —como sucede con EZVIZ app o su almacenamiento en la nube llamado EZVIZ CloudPlay—, se tiene una conexión total con el hogar, sin

dar espacio a la incertidumbre de dejar la casa sola al salir de viaje o al trabajo.

Tecnología inteligente para necesidades específicas

«La revolución de las casas inteligentes no consiste solo en aparatos; se trata de crear hogares que se adapten a las necesidades y preferencias de sus ocupantes», agrega el country manager para Colombia de EZVIZ, quienes con sus sistemas de videovigilancia, no solo han dado solución a necesidades de seguridad doméstica, sino también a los padres de familia para estar al cuidado de sus hijos o a los amantes de los animales cuando requieren estar al tanto de sus mascotas en casa.

«Es un futuro en el que la tecnología se mezcla con la vida cotidiana cada vez más, en la búsqueda de comodidad, eficiencia y sostenibilidad», concluye. «A medida que la tecnología avanza, las posibilidades de los hogares inteligentes son ilimitadas. Las casas inteligentes están cambiando la forma en que vivimos y experimentamos nuestros espacios vitales».





ChatGPT

¿una necesidad o una moda?

Chat GPT es la herramienta aliada para hacer la experiencia del usuario totalmente personalizada y eficaz. Según Financial Review, a enero 2023 ya había conseguido 1 millón de usuarios.

Desde su lanzamiento en noviembre de 2022, es inevitable no haber escuchado sobre Chat GPT.

La versatilidad de esta herramienta y la gran cantidad de casos de uso en los que se puede aplicar, demuestra que hoy en día vivimos en una auténtica revolución digital. Según un informe publicado por el portal australiano Financial Review, para enero de 2023 ya contaba con más de 1 millón de usuarios.

El Chat GPT, según la Asociación para el Desarrollo de la Experiencia del Cliente, es un

modelo de lenguaje natural, desarrollado por OpenAI, que utiliza la inteligencia artificial (IA) para comunicarse con los usuarios de manera fluida y natural, casi como si fuera humano.

Infobip, plataforma de comunicaciones en la nube, explica que su funcionamiento se basa en un algoritmo de 175 mil millones de parámetros que tienen la capacidad de descifrar cuál sería la siguiente palabra a utilizar por una persona a la hora de escribir. Esta inteligencia permite buscar información en tiempo real para simular conversaciones humanas.

“Sin duda alguna, esta herramienta es una excelente opción para ofrecer a los usuarios una experiencia memorable durante todo el recorrido del cliente, especialmente en términos de comunicación.”

Por esto es indispensable que las empresas se mantengan a la vanguardia con estos avances” afirma Angélica Arévalo Head of Sales Engineering LATAM de Infobip.

¿Cuáles son sus beneficios?

La capacidad para ofrecer una experiencia personalizada y eficiente a los usuarios. Este tipo de tecnología permite que las respuestas dadas a los usuarios sean totalmente coherentes y naturales y que, al mismo tiempo, se adapten a las necesidades del cliente.

Velocidad de respuesta. La tecnología nos ha demostrado que el ser veloz es algo propio de ella y, sin duda, Chat GPT lo prueba. Con éste, los usuarios pueden recibir respuestas rápidas y precisas a cualquier hora del día o de la noche, lo que lo convierte en un aliciente para mejorar la experiencia del cliente.

Reducción de costos operativos. Chat GPT puede minimizar de manera eficiente y rentable la gran cantidad de solicitudes que puede llegar a tener una empresa. Así, las empresas pueden invertir más recursos en otras áreas importantes del negocio.

“Estos son tan solo algunos de los tantos beneficios que ofrecen tecnologías como Chat GPT. El mundo de oportunidades para las empresas es gigante, siempre y cuando haya una correcta armonización de esta herramienta

dentro de su estrategia de comunicaciones.” afirma Arévalo.

¿Todas las empresas deben implementar ChatGPT?

“Lo primero que deben hacer las empresas es identificar los objetivos y necesidades en cada comunicación hacía el usuario final, lo cual permitirá determinar si están preparadas para la implementación de ChatGPT” concluye la Head of Sales Engineering LATAM de Infobip.

Hay que reconocer que este tipo de avances pueden generar un poco de miedo ante el potencial de estas nuevas herramientas, ya que hay creencias sobre cómo el trabajo humano puede llegar a ser desplazado del mercado laboral por la IA y los robots autónomos.

Por lo anterior, es importante tener en cuenta que, si bien la IA altera la forma de trabajar y son muchos los beneficios positivos que trae, nunca su objetivo será reemplazar las capacidades humanas sino, por el contrario, complementarlas.

Es imperativo para las empresas estar a la vanguardia de los avances tecnológicos y analizar su posible impacto de acuerdo con las necesidades del negocio.

Esto dará paso a una continua mejora en la experiencia y en las estrategias de negocio.



¿Por qué las redes sociales se convirtieron en el mejor canal de ventas en tiempos de inflación?

Según la Cámara de Comercio de Bogotá, el 25% de las empresas colombianas utilizan redes sociales para vender.

La actualidad económica mundial hace presagiar retos similares a los vividos en 1982. Los vientos de crisis parecen exigirle a las mipymes y empresas fortalecer sus canales de ventas. Según un estudio elaborado por 'Hootsuite y We Are Social' 3.484 billones de personas utilizan redes sociales, lo que representa el 45 % de toda la población.

El mismo informe señala que en Colombia, las cinco redes sociales más usadas son: Facebook (2.910 millones de usuarios), seguido de YouTube (2.562 millones), WhatsApp (2.000 millones), Instagram (1.478 millones) y WeChat (1.263 millones). Hay que destacar que la plataforma TikTok (1.000 millones) crece exponencialmente desde el último año.

Lo anterior brinda un panorama positivo para las mipymes y empresas, porque hoy en día pueden usar sus redes sociales como un vehículo de venta (estrategia conocida como Social Selling). Según la Cámara de Comercio de Bogotá, el 25% de las organizaciones colombianas ya utilizan esta estrategia.

Infobip, plataforma de comunicaciones en la nube, explica que el social selling es la acción de aprovechar las redes sociales para encontrar posibles clientes, con el fin de propiciar ventas. Vale la pena resaltar que un correcto uso de las herramientas que brindan las plataformas les permite a las empresas optimizar gastos, porque el usuario puede auto gestionar sus dudas y solicitudes por medio de los chatbots.

“En este punto, las empresas deben tener presente que a los usuarios les gusta comunicarse con las marcas a través de los mismos canales que usan con sus amigos, por eso pueden implementar acciones que saticen las expectativas de servicio al cliente de cada quién. Además, es de vital importancia que las organizaciones le dediquen tiempo a crear una buena estrategia de automatización que potencie la experiencia al cliente. Julie Villarreal - Integrated Marketing Manager North LATAM.

Vale la pena resaltar que, un correcto uso de las redes sociales en tiempo de inflación, van a permitir reducir gastos en nómina. Por ejemplo, la implementación de un chatbot le dará oportunidad al usuario para autogestionar dudas básicos, disminuyendo la carga para los agentes.

“En este punto, las empresas deben pensar muy bien en qué áreas van a invertir, siendo unas de las más estratégicas las áreas de tecnología y de automatización, ya que permiten reducir costos” afirma Julie Villarreal - Integrated Marketing Manager North LATAM.

Según Infobip las compras online en el mundo después de la pandemia aumentaron en un 68%, por lo que explica cómo funcionan las ventas en cada plataforma:

Facebook: cuenta con más de 3000 millones de usuarios y dispone de la posibilidad de crear una tienda con sus productos. Su e-commerce se realiza por medio de Facebook Ads, una herramienta que permite monetizar las acciones en la red y vincularlas con los objetivos del negocio. En esta plataforma se puede añadir un botón de compra en los productos, enlazándolos así al carrito de la tienda online, donde se puede finalizar la compra.

Instagram: cuenta con más de 1.000 millones de usuarios activos en todo el planeta. Su performance la hace perfecta como red social para el e-commerce, sobre todo si la marca es muy visual. Las ventas en esta red son una realidad gracias a la nueva opción de compra directa con el que las marcas pueden etiquetar los productos en las imágenes. Además, tiene en los perfiles de las empresas, la posibilidad de crear una tienda y añadir un botón de compra de los artículos que muestres en tus publicaciones.

Tiktok: ya supera los 500 millones de usuarios activos al mes. Cada vez más empresas comienzan a tener presencia en la red. Cuenta con la función TikTok Shopping, que permite a los anunciantes añadir una pestaña de compras a sus perfiles. Ahora pueden sincronizar sus catálogos con la aplicación y crear un enlace directo a su tienda online.

Whatsapp: ha sido declarada la aplicación de chat más utilizada del mundo y cuenta con más de 2 mil millones de usuarios y 100 mil millones de mensajes enviados por día. Por medio de WhatsApp Business las empresas pueden

montar sus catálogos, programar sus chatbots y enviar contenido audiovisual de acuerdo a la data recogida por cada usuario.

“Antes de abrir todas las redes sociales, las empresas deben hacer un análisis sobre la data de sus usuarios, entendiendo cuáles son sus necesidades y preferencias en canales de comunicación. Esto les permitirá saber en qué plataformas es estratégico estar. Por ejemplo, si los productos y servicios son para jóvenes deben estar en TikTok e Instagram” afirma Villarreal.

¿Cómo sacarles provecho a todos estos beneficios?

Infobip recomienda:

En tus canales de contacto con tu cliente siempre agrega el link oficial de tus redes sociales, esto hará que se suscriban de acuerdo a sus gustos.

Interactúa con tus seguidores y otras empresas: eso te permite unirse a la conversación e interactuar directamente con tus seguidores, creando una sensación de relación y confianza hacia tu marca.

Brinda servicio al cliente después de la venta: no dejes que las personas se queden solo en la primera experiencia, abre la posibilidad de enviarte un comentario, sugerencia e incluso queja de su experiencia.

No dejes de lado la atención humana: si bien puedes usar bots, un asesor humano es fundamental, porque este escucha las necesidades puntuales de tu audiencia y puede bajarlas a la realidad.

No es sólo publicar tus productos y servicios: comparte contenido de valor y relevante, esto lo puedes hacer dando tips de cuidado de tus prendas o consejos que le interesen a tu audiencia.



Conviértete en un estratega del marketing

y entiende la evolución del mercado y el consumidor para que impulses las ventas de una empresa.

¡Decídete a conocer nuestra oferta académica y estudia con nosotros!

Tecnología en Gestión de Mercadeo y Ventas

SNIES: 110415 | Renovación y modificación del Registro
Calificado: 005060 del 25 de marzo de 2021
Duración: 6 semestres | Modalidad Presencial
en Medellín (Antioquia) | Más info: www.iush.edu.co

Mercadeo

SNIES: 104898 | Registro Calificado: 14081 del 7
de septiembre de 2015 | Duración: 8 semestres
Modalidad Presencial en Medellín (Antioquia)
Más info: www.iush.edu.co

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



Escanéame



Vigilada Mineducación

iUSH
Institución Universitaria
SALAZAR Y HERRERA

¿Los operadores móviles de Colombia están preparados para las llamadas en la red 4G (VoLTE)?



Iván Montenegro, CEO de SUMA Móvil en Colombia.

Desde el 2022 la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) de Colombia introdujo en el Régimen de Acceso, Uso e Interconexión, la obligación de que los operadores brinden acceso VoLTE (voz sobre las redes 4G) a otras empresas.

Colombia, septiembre 2023. Se han potencializado en el país las acciones que buscan brindar conectividad en más rincones, y frente a esto los operadores móviles tienen la tarea de estar a la vanguardia en sus servicios, para de esta manera saldar las necesidades de todas las generaciones. Durante el 2022, la Comisión de Regulación de Comunicaciones (CRC) de Colombia modificó el Régimen de Acceso, Uso e Interconexión, introduciendo la obligación de que los operadores brinden acceso VoLTE (voz sobre las redes 4G) a otras empresas.

¿Qué es VoLTE?

Es conocida como la red 4G, la cual emplea la tecnología LTE advanced, un paso muy grande en las comunicaciones porque es la primera red orientada 100% a los datos y a las llamadas de voz.

Entre las ventajas que ofrece esta tecnología, se cuenta con que esta red optimiza la calidad de sonido y disminuye las interrupciones.

Además, como no redirige las llamadas a la red 3G -como en el caso de tecnologías anteriores- reduce notablemente el tiempo de espera en el momento de establecer una comunicación.

Frente a este panorama, SUMA Móvil, primera plataforma de servicios móviles para operadores de telecomunicaciones en Colombia, se ha convertido en un aliado para los OMV (Operadores Móviles Virtuales), porque busca que puedan integrar la tecnología VoLTE en sus planes y servicios, y así ayudarles a dar un paso adelante en cuanto a innovación tecnológica.

“La incorporación del VoLTE permitirá a todas las marcas aliadas ofrecer de forma integrada su servicio de voz sin depender de la tecnología de acceso 3G, mejorando de manera significativa la experiencia de los usuarios con tiempos de conexión 10 veces más rápidos, llamadas de voz en alta definición, más estables y de mejor calidad- aún en entornos con muchas interferencias-, así como un menor consumo de batería.

Por otra parte, en la medida que en Colombia avance la cobertura 4G, es cada vez más alta la disponibilidad de VoLTE y mejorará la cobertura del servicio de voz a todos nuestros aliados” afirma Iván Montenegro, CEO de SUMA Móvil en Colombia.

Otras ventajas que agrega SUMA Móvil a este servicio son:

- Comunicación inmediata.
- Las llamadas no entorpecen la velocidad de navegación por Internet (ni viceversa).
- Se pueden emplear las redes Wifi y después continuar la comunicación mediante redes 4G.
- Se reduce el consumo de la batería.
- Las conversaciones se enriquecen, a través de la posibilidad de usar videollamadas, transferir archivos o imágenes.

¿Colombia está preparado para hablar de comunicación máquina a máquina?



Carlos Valenciano, gerente general de Alai Secure

- Para el 2023, habrá 996 millones de dispositivos conectados (IoT) en América Latina.
- El Internet de las Cosas (IoT) en Colombia alcanza a 137% de la población.
- De igual forma un estudio de Digital Market Outlook realizado por Statista, demuestra que los hogares con aparatos inteligentes representarán el 21,09% del total en 2025.

El país actualmente se enfrenta a diferentes cambios en economía, política, y tecnología, este último es uno de los sectores que más peso ha tomado.

El gobierno se ha puesto en la meta de alcanzar en un 85% la conectividad de todo el país.

Vale la pena resaltar que hoy un 56,5% de los hogares cuenta con conexión a internet, en las cabeceras ese porcentaje es del 66,5% y para los centros rurales llega al 23,8%, según cifras del DANE.

La aceleración y apropiación digital sigue en aumento, y el uso de las nuevas tecnologías se consolidará junto a la Inteligencia Artificial, el Internet de las Cosas (IoT) y la comunicación entre máquinas (M2M).

De esta última se ha hablado poco, Carlos Valenciano, gerente general de Alai Secure, lo explica como *“la función principal de esta comunicación es, por un lado, el de recopilar información para la monitorización, control, análisis y posterior toma de decisiones, y por otro, el envío de órdenes para el telecontrol de dispositivos de manera remota”*.

La tecnología máquina a máquina (M2M), y el internet de las cosas (IoT) conectan ágil y rápidamente dispositivos de misión crítica, fundamental para sectores como salud, seguridad privada, los cuerpos de seguridad del estado y servicios de emergencias. Se estima que en el año el 47% de las empresas en Latinoamérica están en proceso de implementar alguna solución del Internet de las cosas.

Al conocer la necesidad de los diferentes sectores con esta tecnología, llega a Colombia Alai Secure, compañía, de origen español, que ofrece servicios a través de la Plataforma de servicios móviles de SUMA, en todos los países en los que está presente en Latinoamérica. Por su dilatada experiencia en la gestión de comunicaciones de misión crítica Alai se ha convertido en el primer Operador M2M/IoT en Seguridad Telco del mercado.

En el país comienza ofreciendo servicio y prestando innovadores funcionalidades M2M/IoT en verticales como el de la seguridad privada o el sociosanitario -donde hay vidas humanas en juego y se hace crítico garantizar las comunicaciones-, la industria de los ascensores/elevadores o el rubro de GPS/tracking de personas o mercancías, así como en otras verticales en la que igualmente la seguridad de inventarios y data es vital como las vending machines, utilities, PoS (Point of Sales), PoC (Push to talk over Cellular), control de consumos, metering, gestión de flotas, entre otras.

La llegada de Alai Secure de la mano de SUMA Móvil a Colombia, significa una oportunidad

para aquellas empresas, corporaciones, administraciones públicas y para el mismo mundo de la industria 4.0 de: poner en marcha nuevos e innovadores servicios, optimizar sus procesos operativos y estar preparados para la llegada del 5G, tanto en las urbes como Bogotá, Medellín, Cali, Rionegro, Sogamoso y Duitama, las cuales forman parte de una alianza global de smart cities que buscan promover un mejor modelo de ciudad a través de movilidad sostenible, conectividad y ciberseguridad, como en el resto de las regiones del país y las áreas eminentemente agrícolas.

La ciberseguridad, un aspecto alarmante en Colombia y el mundo

Según cifras del Centro Cibernético de la Policía Nacional, de enero a octubre de 2022 se registraron 54.121 ciberataques, lo que refleja la complejidad y aumento del problema. Los recientes ataques a empresas prestadoras de salud y comunicaciones se suman a las 54.121 denuncias de ciberataques en el 2022.

“Desde el primer momento la Seguridad Telco ha sido nuestra filosofía de compañía y nuestro valor diferencial frente a los grandes operadores móviles. Garantizar la seguridad en las comunicaciones frente a ataques malintencionados de terceros es crítico para operar el servicio con garantías y preservar toda la información confidencial de la operativa del servicio, de nuestros abonados” afirma Valenciano de Alain Secure.

Además, Alai Secure llega al país con una eSim Multicarrier o [tarjeta virtual](#) una tarjeta SIM que viene integrada en un dispositivo móvil y permite conectarse a cualquier operador compatible. Funciona de igual manera que una SIM tradicional, pero no requiere de una tarjeta física para ser utilizada.





Andrés Gutiérrez CEO de Wiedii

Transformación digital:

¿Cuáles son los aspectos clave para que las empresas logren implementarla?

- 6 de cada 10 empresas en Colombia ya tienen una estrategia de transformación digital
- Wiedii, especializada en transformación digital menciona cuáles son los aspectos clave para que las empresas logren la transformación digital

La era digital ha cambiado la forma de trabajar, comprar, relacionarse y hasta la manera de generar y adquirir conocimiento.

Es así que, a medida en que sigan surgiendo nuevos desarrollos tecnológicos e innovaciones esto representará un mayor desafío para las empresas a la hora de reinventarse y ofrecer a sus clientes nuevas experiencias, aumentando su eficiencia y productividad.

La transformación digital entendida como el proceso de adaptación de las empresas a las tecnologías digitales tiene el fin de mejorar los procesos internos y externos de las organizaciones.

De hecho, de acuerdo con datos de la ANDI, 6 de cada 10 empresas en Colombia tienen una estrategia de transformación digital, así mismo, se ha evidenciado un importante avance en la adopción de tecnologías como el internet de las cosas, la realidad virtual y aumentada y el 5G.

La necesidad de transformación digital ya estaba en camino, sin embargo, la pandemia por el Covid -19 la aceleró y la digitalización ofrece una oportunidad para ganar competitividad en un mundo cada vez más tecnológico puesto que los datos aportados por MinTIC demuestran que para el 2021 en el 64% de las grandes empresas sus líderes impulsaron soluciones innovadoras en materia de transformación digital:

Teniendo en cuenta lo anterior, Wiedii, una empresa especializada en transformación digital y que recientemente fue reconocida por el ranking Great Place To Work, siendo un espacio atractivo para los jóvenes trabajadores, y que ayuda a las empresas a adaptarse y aprovechar las oportunidades que brinda la tecnología para mejorar sus procesos y servicios, menciona cuáles son los aspectos claves para que las empresas logren la transformación digital en sus negocios:

- Analizar la empresa para determinar aquellos aspectos de la organización que necesitan de transformación digital.
- Tener una visión clara y estratégica identificando las oportunidades de mejora.
- Investigar sobre el tipo de herramientas tecnológicas que pueden beneficiar a su empresa.
- Capacitación y motivación del personal.

Evaluación continua y optimización de procesos.

Así mismo, las principales barreras y desafíos percibidos por Wiedii que enfrentan hoy las compañías para lograr procesos de transformación digital en Colombia incluyen la falta de conciencia y conocimiento sobre el tema, presupuesto y resistencia al cambio.

No obstante, las empresas cada vez más buscan herramientas tecnológicas para impulsar sus modelos de negocio.

Las pequeñas, medianas y grandes empresas pueden lograr la transformación digital a través de un enfoque estratégico desde la alta dirección.

La identificación de procesos críticos para su negocio, la implementación de soluciones tecnológicas centradas en el usuario, la formación y cultura de su personal.

“La compañía busca ayudar a las empresas en su transformación digital primero incorporando tecnología en el núcleo de su modelo de negocio.

Fortaleciendo la propuesta de valor de nuestros clientes de cara a las necesidades del mercado y luego entendiendo mejor a su consumidor y descubriendo oportunidades para desarrollar nuevos verticales de negocio

basadas en datos.”, menciona Andrés Gutiérrez CEO de Wiedii.

De igual manera, un emprendimiento puede empezar a realizar la transformación digital definiendo su visión y estrategia, identificando oportunidades de mejora, evaluando soluciones tecnológicas apropiadas, capacitando a su personal, monitoreando y optimizando continuamente sus procesos.

Así pues, la transformación digital es un proceso que requiere por parte de las empresas adaptación al cambio en un mundo tecnológico para aprovechar las posibilidades que brinda la digitalización.

Una organización en busca de transformación digital debe responder a las necesidades de sus clientes y tendencias del nuevo mercado ajustándose a las demandas del presente y el futuro.



Las 5 fuentes y tipos de ciberataques más comunes en 2023:

¿Estás preparado?

Por Ricardo Cazares, Vicepresidente de Latinoamérica en Imperva.

Las amenazas a la ciberseguridad son actos realizados por individuos con intenciones dañinas, cuyo objetivo es robar datos e interrumpir los sistemas informáticos.



Entre las categorías más comunes de ciberamenazas se incluyen el malware, la ingeniería social, los ataques Man-in-the-middle (MitM), la denegación de servicio (DoS) y los ataques de inyección. Y ahora, con la llegada de más herramientas que usan Inteligencia Artificial, es preocupante ver cómo atacantes disponen de más recursos que nunca -muchos de ellos automatizados- y los utilizan para llevar a cabo ataques cada vez más complejos y costosos.

Las ciberamenazas pueden proceder de diversas fuentes, maneras, etc. y evolucionan rápidamente. En este contexto, en Imperva creemos que es importante que las empresas conozcan las tendencias en ciberseguridad para poder prepararse, ir un paso por delante para garantizar la integridad de su infraestructura y salvaguardar sus aplicaciones y datos.

Las 5 fuentes comunes de ciberamenazas contra las organizaciones:

Estados-nación-países hostiles pueden lanzar ciberataques contra empresas e instituciones locales, con el objetivo de interferir en las comunicaciones, causar desórdenes e infligir daños.

Organizaciones terroristas: los terroristas llevan a cabo ciberataques con el objetivo de destruir o abusar de infraestructuras críticas, amenazar la seguridad nacional, perturbar la economía y causar daños físicos a los ciudadanos.

Grupos delictivos: grupos organizados de hackers informáticos cuyo objetivo es penetrar en los sistemas informáticos para obtener beneficios económicos.

Estos grupos utilizan métodos como el phishing, spam, spyware y malware para extorsionar, robar información privada y realizar estafas en línea.

Hackers: los hackers individuales atacan a las organizaciones utilizando diversas técnicas.

Suelen estar motivados por el lucro personal, la venganza, el beneficio económico o la actividad política. Suelen desarrollar nuevas amenazas para mejorar su capacidad delictiva y su posición en la comunidad de cibercriminales.

Insiders maliciosos: un empleado que tiene acceso legítimo a los activos de la empresa y abusa de sus privilegios para robar información o dañar los sistemas informáticos en beneficio económico o personal.

Pueden ser colaboradores, contratistas, proveedores o socios de la organización objetivo. También pueden ser intrusos que han comprometido una cuenta privilegiada y se hacen pasar por su propietario.

Tipos de amenazas a la ciberseguridad

Ataques de malware

Uno de los ataques con mayor crecimiento es el malware, que es la abreviatura de "software malicioso" y se infiltra en un sistema, normalmente a través de un enlace en un sitio web o correo electrónico no fiable, o una descarga de software no deseada.

Se despliega en el sistema objetivo, recopila datos confidenciales, manipula y bloquea el acceso a los componentes de la red, y puede destruir datos o apagar el sistema por completo.

Estos son algunos de los principales tipos de ataques de malware:

Virus: un fragmento de código se inyecta en una aplicación. Cuando la aplicación se ejecuta, lo hace el código malicioso.

Gusanos: malware que aprovecha las vulnerabilidades y puertas traseras del software para acceder a un sistema operativo. Una vez instalado en la red, el gusano puede llevar a cabo ataques como la denegación de servicio distribuida (DDoS).

Troyanos: código o software malicioso que se hace pasar por un programa inocente, oculto en aplicaciones, juegos o archivos adjuntos de correo electrónico. Un usuario desprevenido descarga el troyano, lo que le permite hacerse con el control de su dispositivo.

Ransomware: se deniega a un usuario u organización el acceso a sus propios sistemas o datos mediante cifrado. El atacante suele exigir el pago de un rescate a cambio de una clave de descifrado para restaurar el acceso, pero no hay garantía de que el pago del rescate restaure realmente el acceso completo o la funcionalidad.

Cryptojacking: los atacantes despliegan un software en el dispositivo de la víctima y comienzan a utilizar sus recursos informáticos para generar criptomonedas sin su conocimiento. Los sistemas afectados pueden volverse lentos y los kits de cryptojacking pueden afectar a la estabilidad del sistema.

Spyware: un actor malicioso obtiene acceso a los datos de un usuario, incluida información confidencial como contraseñas y datos de pago. El spyware puede afectar a navegadores de escritorio, teléfonos móviles y aplicaciones de escritorio.

Adware: se rastrea la actividad de navegación del usuario para determinar patrones de comportamiento e intereses, lo que permite a los anunciantes enviarle publicidad dirigida.

El adware está relacionado con el spyware, pero no implica la instalación de software en el dispositivo del usuario y no se utiliza necesariamente con fines maliciosos, pero

puede utilizarse sin el consentimiento del usuario y comprometer su privacidad.

Malware sin archivos: no se instala software en el sistema operativo. Se editan archivos nativos como WMI y PowerShell para habilitar funciones maliciosas.

Esta forma sigilosa de ataque es difícil de detectar (los antivirus no pueden identificarla), porque los archivos comprometidos se reconocen como legítimos.

Rootkits: se inyecta software en aplicaciones, firmware, kernels de sistemas operativos o hipervisores, proporcionando acceso administrativo remoto a un ordenador.

El atacante puede iniciar el sistema operativo dentro de un entorno comprometido, obtener el control total del ordenador y distribuir malware adicional.

Incremento de tipos de ciberataques con la Inteligencia Artificial.

Aparte de los tipos de ataques más comunes mencionados, ahora no hay que subestimar el impacto de la IA generativa en la ciberseguridad.

Las organizaciones deben permanecer proactivas en sus defensas y protección. Esto incluye invertir en herramientas innovadoras de ciberseguridad, fomentar una cultura de concienciación sobre la protección, colaborar con expertos del sector y comprometerse con los organismos reguladores para garantizar un panorama digital más sólido y seguro.

imperva

Startup minimiza factores de riesgo en la industria utilizando inteligencia artificial



Gloria Aburto CMO - Chief Marketing Officer de SafetyMind.

SafetyMind evita accidentes o incidentes en la industria minera y garantiza la continuidad operacional evitando quiebres en el proceso productivo

Pensando en la seguridad de los trabajadores y de las operaciones, una startup pone foco en velar por los cumplimientos en las normativas frente a las actividades calificadas como riesgosas.

Se trata de [SafetyMind](#), software que monitorea en tiempo real 24/7 los procesos industriales, buscando evitar accidentes o incidentes en la industria minera y garantiza la continuidad operacional, protegiendo a

los trabajadores, y también ahorrando tiempo y dinero.

“El sistema puede identificar a personas en zonas prohibidas o peligrosas, cercanas a equipos móviles o a cargas suspendidas, entre otras funcionalidades.

También, monitorea las normativas de conducción en los camiones mineros, detectando conductas peligrosas al conducir, como si el conductor tiene las

manos en el volante, o si está ocupando su teléfono, la radio o ingiriendo alimentos al conducir”, comenta Gloria Aburto CMO - Chief Marketing Officer de SafetyMind.

Esta herramienta es aplicable a diversas industrias y sectores, ya que puede ser personalizada y adaptada para cumplir con los requisitos y regulaciones específicas de cada uno de las organizaciones.

“Como ejemplo, esta solución puede implementarse en el sector siderúrgico, manufacturero, en empresas de cristalería, en compañías de transporte, en productoras de cemento, en terminales portuarios y, en general, en aquellas industrias que cuenten con instalaciones de gran envergadura y que necesiten garantizar la seguridad de sus trabajadores, debido a la naturaleza de sus operaciones”, comenta la fundadora de la startup.

Impulso desde el norte y mirada a futuro

La startup surgió desde la colaboración de dos compañías.

Por un lado, Multimind, expertos en visión artificial con más de 8 años brindando soluciones a partir de la video analítica desarrollada por su propio equipo; y, por otro lado, Safety For Life, expertos en seguridad industrial, quienes incorporan todo el conocimiento en cuanto a la prevención de riesgos y accidentes en las grandes industrias.

“Ambas empresas decidimos generar esta alianza estratégica para hacer sinergia con nuestros conocimientos y desarrollar SafetyMind, para resolver este importante desafío para el sector minero y otras grandes industrias, incorporando la

tecnología de inteligencia artificial”, comenta Gloria Aburto.

Para la startup, uno de los apoyos fundamentales fue el entregado por [Aster](#), aceleradora con sede en Antofagasta y que proporciona programas de aceleración con una extensa red de empresas colaboradoras.

“Aster nos ha ayudado bastante, en primer lugar, gracias a la entrega de financiamiento privado de USD \$35.000 por estar entre las 7 mejores startups de nuestro grupo, con ello pudimos potenciar nuestra parte comercial, participando en importantes eventos como el ‘PeruMin’, siendo parte de los finalistas del concurso de innovación abierta, lo que fue vital para nuestro proyecto de expansión comercial en zonas estratégicas de la región. En Chile, además, ya estamos presentes como solución en minería con SQM y también Aceros Aza”, comenta la ejecutiva.

Mirada a futuro

Con respecto a los planes a futuro, Gloria Aburto afirma: “Nuestro objetivo es llevar a cabo el Startup Ciencia del ANID 2023, lo que nos permitirá mejorar la presentación de nuestra solución y cambiar a un modelo comercial basado en suscripciones, para ofrecer planes más competitivos y así fortalecer nuestra presencia en el mercado.

En la actualidad, contamos con dos clientes en Perú: Aceros Arequipa y Servosa, y a medida que avanzamos en el tiempo, tenemos planes a mediano y largo plazo, de expandir nuestra presencia a nuevos mercados, como Colombia, México y Brasil, donde contamos con el respaldo de ProChile. Ya estamos estableciendo alianzas estratégicas con diversos distribuidores en esos países y explorando oportunidades de colaboración en sectores clave para implementar nuestra visión a largo plazo”.



MarTech, tendencia en crecimiento en Latinoamérica

¿Qué es?

Beneficios y rentabilidad de Martech

Por: Fabio Ardila, Keyrus Advisory
Director de Latam



Usualmente el Marketing Technology o MarTech es definido como un conjunto de herramientas y/o plataformas que ayudan a los marketers a interactuar mejor con las personas.

Si bien, este entendimiento es correcto, en Keyrus el MarTech es mucho más que un stack tecnológico.

El MarTech es una práctica que, a través de una estrategia centrada en los

clientes, sustentada en datos y apalancada a partir de herramientas tecnológicas, permite a las empresas crear experiencias personalizadas.

La adopción de una estrategia Martech es una tendencia que crece cada día más en

Latinoamérica. Los años de pandemia impulsaron la integración del concepto digital en las estrategias de marketing de las organizaciones. Ahora, en la región, gran parte de los líderes de negocio son conscientes de que para lograr sus objetivos estratégicos, el apalancamiento tecnológico es clave.

Un ejemplo de esto es Colombia, en donde en 2022, el 40% de marketers afirmaron que *estaban planeando adoptar una plataforma de automatización de marketing en los siguientes doce meses*, según cifras del departamento de investigación de Statista.

Implementar y desarrollar correcta e integralmente una estrategia de MarTech conlleva principalmente a estos cinco beneficios:

Entender integralmente a los clientes: gran parte de las empresas enfrentan una gran limitante para ejecutar estrategias de marketing que generen valor para sus clientes: Unificar los datos.

De hecho, el 47% de los marketers afirman que los silos de datos son el mayor problema para generar insights, según Entrepreneur 2022, lo cual es clave para direccionar esfuerzos de marketing realmente relevantes para sus clientes.

Una estrategia y solución de MarTech correctamente implementada, permite acabar con este problema. A través de sus capacidades de integración y analíticas, soluciones de MarTech como las Customer Data Platforms (CDP) permiten generar un entendimiento unificado y accionable de los clientes, lo cual empodera a los equipos de Marketing para direccionar tácticas que

generen resultados de negocio y experiencias excepcionales para sus clientes.

Personalizar la experiencia: hoy, la experiencia es el factor decisorio para retener o perder clientes, y el marketing masivo es cosa del pasado. El 75% de los consumidores afirma que están más interesados en comprar marcas que ofrecen experiencias de marketing personalizadas ([Impact, 2023](#)). Gracias a los datos y las soluciones de MarTech, hoy las empresas pueden crear interacciones con sus clientes 1:1, atendiendo las necesidades y deseos específicos de cada individuo en particular, según su etapa de interacción con la marca.

Optimizar los esfuerzos de marketing: ejecutar una estrategia de marketing sin las herramientas correctas puede ser costoso y desgastante para los equipos involucrados. De hecho, se ha llegado a estimar que la sola ejecución de campañas consume el 50% de los marketers ([Emarsys](#)).

Las soluciones de MarTech permiten automatizar las interacciones personalizadas generadas con los clientes. Hoy en día, se encuentran en el mercado soluciones que permiten ejecutar journeys omnicanales totalmente tallados a la medida de cada cliente, con unos pocos clicks.

Proveer interacciones consistentes: los clientes esperan experiencias sin fricciones por cada uno de los canales con los que interactúan en sus journey con las marcas. Gracias a las soluciones de MarTech, las empresas pueden integrar todos esos puntos de contacto, y

ofrecer la misma experiencia por los canales preferidos por el cliente.

Anticipar las necesidades de los clientes: No solo se trata de suplir necesidades de forma personalizada, sino de anticiparse a ellas.

Hoy en día, las herramientas de MarTech y sus capacidades basadas en modelos predictivos y Machine Learning permiten crear experiencias dinámicas para los clientes.

Un ejemplo de ello son las recomendaciones de productos que encontramos normalmente cuando añadimos artículos a un carrito de compras.

Al final del día, todos estos beneficios funcionan como un ciclo, y derivan una gran cantidad de datos que lo enriquecen, e incrementan el valor para el negocio y sus clientes. Implementar tecnologías para la ejecución de la estrategia de marketing de una organización tiene un impacto directo en dos objetivos generales, mutuamente complementarios, los cuales pueden desglosarse en KPIs más específicos:

Fidelización y crecimiento de la base de clientes: las soluciones de MarTech permiten a las empresas interactuar con los clientes en las diferentes etapas del ciclo de vida en el que se encuentren en su journey de interacción con las marcas. De esta manera, a partir de tácticas omnicanales y focalizadas, es posible atraer nuevos leads, fomentar su conversión con incentivos e interacciones personalizadas, e incluso, reactivas a clientes que han dejado cuyo

engagement con las marcas ha disminuido.

Incremento de los ingresos: Así mismo y de forma complementaria, las tácticas que impactan la base de contactos también tienen un impacto en el incremento de los ingresos.

Las soluciones de MarTech ayudan a las organizaciones a fomentar conversiones, el engagement de nuevos y antiguos clientes, lo cual se traduce en generación de valor para ellos y el negocio.

La rentabilidad de estas tecnologías puede medirse de diferentes formas, desde la cuantificación de la evolución de los resultados generados sobre los objetivos mencionados anteriormente, hasta el mejoramiento de variables intrínsecas a la compañía, como la eficiencia operativa de los equipos involucrados y el incremento del customer lifetime value de la base de clientes. No existe una fórmula única para lograr esta medición, pero es clave desarrollar y evolucionar el caso de negocio para evaluar y cuantificar el valor generado por la implementación de este tipo de tecnologías.

Incursionar en la práctica de MarTech, permite a las áreas de marketing generar un mayor entendimiento de sus clientes para crear, gestionar y automatizar tácticas acertadas de marketing que permitan crecer la base de clientes y fortalecer su engagement y lealtad, lo cual se traduce en un aumento de los ingresos para las empresas.



Ventajas del Marketing personalizado para el sector financiero

Jorge Barón Vicepresidente Digital para Latam de Keyrus

[Keyrus](#), la consultora global líder especializada en soluciones tecnológicas innovadoras del ámbito digital y de los datos para mejorar la gestión y rendimiento empresarial, le apuesta al sector financiero en Colombia revolucionando el marketing personalizado de la mano de la Inteligencia Artificial.

“El marketing hiperpersonalizado ofrece importantes ventajas para las entidades financieras, ya que les permite crear experiencias más relevantes y personalizadas para sus clientes.

Este enfoque aprovecha los datos, los análisis y la tecnología para ofrecer contenidos, ofertas e interacciones altamente personalizadas, lo que puede mejorar el compromiso, la fidelidad y los resultados empresariales generales de los clientes” asegura Jorge Barón Vicepresidente Digital para Latam de Keyrus.

Según Keyrus, estas son algunas de las ventajas de la hiperpersonalización enfocada en las instituciones financieras:

Mejora de la experiencia del cliente en los diferentes canales: la hiper-personalización permite ofrecer contenidos y ofertas que se ajustan a las preferencias, comportamientos y necesidades de cada cliente. Esto crea una experiencia más fluida y relevante que fomenta la sensación de ser comprendido y valorado por la entidad.

Según la Superintendencia Financiera de Colombia, en 2022 se hicieron 14.367 millones de transacciones en el sistema financiero, de las cuales 73% se realizaron por canales digitales, participación mayor a la presentada en el año 2021 (70,9%), lo que lleva a un reto de análisis de comportamiento de los clientes.

Mensajes y ofertas personalizadas: tienen más probabilidades de captar la atención de los clientes, aumento de respuestas, lo que se traduce en mayores tasas de compromiso. Cuando los clientes sienten que una entidad financiera comprende sus necesidades y objetivos particulares, es más probable que interactúen con las ofertas, productos y servicios de la entidad.

Retención de clientes: teniendo en cuenta que cuesta entre 5 y 10 veces más adquirir un nuevo cliente que retener a uno existente, parece obvio que todas las entidades deberían realizar algún tipo de prevención de la pérdida de clientes. Ofreciendo constantemente contenidos y soluciones personalizadas, las entidades financieras pueden reforzar la fidelidad de los clientes y reducir la rotación.

Conexión a la marca: la hiper-personalización puede fomentar conexiones emocionales entre los clientes y las entidades financieras. Cuando los clientes sienten que una entidad se preocupa realmente por su bienestar financiero, es más probable que se conviertan en fieles defensores de la marca.

Según un estudio de BCG sobre la madurez del marketing digital, el 78% de las empresas encuestadas tenían dificultades para atribuir valor a los puntos de contacto a lo largo del recorrido del cliente.

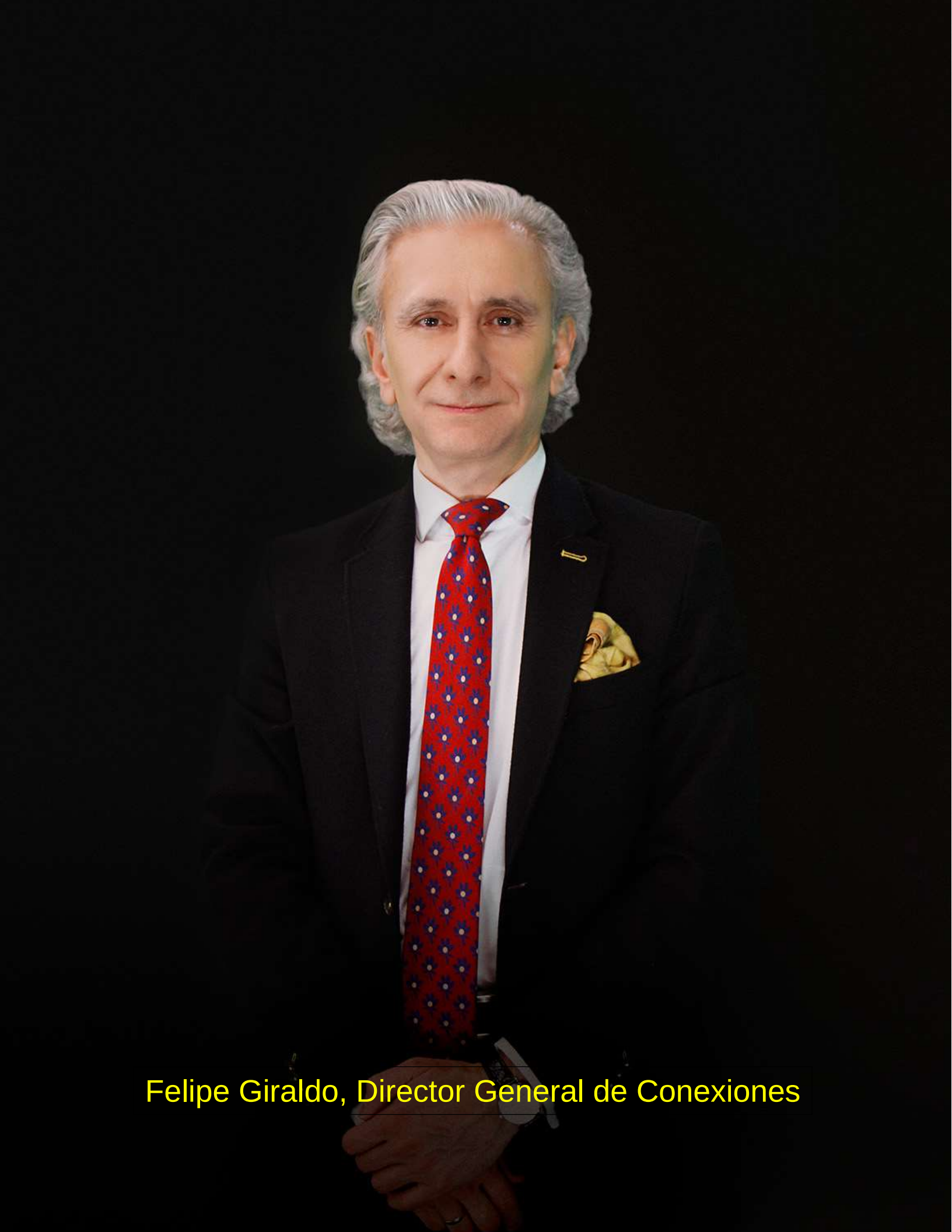
Publicidad dirigida: la publicidad eficaz basada en datos es la piedra angular de los esfuerzos de marketing de muchas empresas, por lo que siempre están buscando nuevas formas de dirigirse mejor a los consumidores. A menudo, esto se consigue a través de un servicio integral que incluye datos de diversas fuentes, lo que permite una comprensión completa de la información de la audiencia, las preferencias de contenido y los comportamientos de consumo de publicidad.

La posibilidad de combinar datos de diferentes fuentes en un solo lugar puede permitir a las empresas considerar a sus clientes como un todo y ofrecerles ofertas únicas e hiperdirigidas.

Por lo tanto, gracias a la Inteligencia Artificial y el Machine Learning, las empresas pueden predecir las tasas de cancelación de clientes con mayor precisión, colocar publicidad en el momento y lugar adecuados, disponer de ofertas más apropiadas y personalizadas para aumentar la conversión.

Mitigación de riesgos: Mediante el análisis de los comportamientos y transacciones de los clientes, las instituciones financieras pueden identificar patrones inusuales que podrían indicar una actividad fraudulenta. Las alertas hiper-personalizadas pueden ayudar a los clientes a detectar y abordar rápidamente posibles amenazas a la seguridad.

keyrus
make data matter

A professional portrait of Felipe Giraldo, a middle-aged man with grey hair, wearing a dark suit, white shirt, and a red tie with a blue and white geometric pattern. He has a yellow pocket square and a gold lapel pin. His hands are clasped in front of him, and he is wearing a watch on his left wrist. The background is solid black.

Felipe Giraldo, Director General de Conexiones

Reputación y RRPP: ser y parecer

www.conexiones.com.co Agencia de relaciones públicas y eventos .

Todas las empresas invierten sus esfuerzos y recursos para construir una reputación sólida, que les permita alcanzar sus objetivos de negocio y hacerse sostenibles. Muchas de ellas hacen uso de las relaciones públicas RRPP, con la seguridad de que son la herramienta más eficiente para gestionar con efectividad dicha reputación. ¿Por qué son útiles actualmente y seguirán siéndolo en el futuro? El concepto ser y parecer calza como anillo al dedo en la relación reputación y RRPP.

Aunque resulte obvio, la primera condición para que una empresa – cualquiera que sea su negocio – construya o conserve una buena reputación es hacer las cosas bien.

Actuar de forma correcta, con transparencia y respeto no solo de la ley, sino de los clientes, la comunidad y su entorno. Son requisitos básicos para que cualquier organización o producto coexistan en el mercado.

Piense en su audiencia

Pero eso no es suficiente para forjarse una buena reputación.

Su quehacer debe sobresalir y los beneficios que provee a sus grupos de interés tienen que ser evidentes.

Es entonces cuando las RRPP, que no son maquillaje, deben ocuparse de hacer visible el buen hacer y transmitir con eficiencia los

mensajes. Deben ser sinceros, creíbles y, sobre todo, demostrables. También tienen que expresar los beneficios para la audiencia y asegurarse de contestar por qué debería interesarle lo que la compañía le cuenta.

Muchas empresas creen que es suficiente con decir lo que hacen y cómo lo hacen, sin considerar el impacto que representa para el público, es decir, ¿qué tanto le puede importar?

La reputación se fortalece cuando hay conexión con las audiencias, pero ¿cómo hacerlo a través de las relaciones públicas?

Empiece por conocer a sus destinatarios: escúchelos, tome en cuenta su opinión, sus preocupaciones y sus deseos.

Entiéndalos en su diversidad y la necesidad de enviarles diferentes mensajes según sus intereses y teniendo presente que la forma de comunicarlos cobra especial relevancia.

Las relaciones públicas, que verdaderamente fortalecen la reputación, construyen percepciones sobre la base de realidades positivas y crean contenidos útiles e interesantes, lo cual resulta irresistible para el público.

Cómo proteger su reputación

Por otra parte, el escepticismo, especialmente de los clientes y consumidores, es cada vez mayor.

Hay razones de sobra para que desconfíen y las organizaciones deben ser conscientes de esa realidad y actuar en consecuencia.

La gente quiere estar segura de que le dicen la verdad; cuando una empresa miente es castigada sin piedad en la corte de la opinión pública, donde todas son susceptibles de ser juzgadas cuando son acusadas con razón o, aún, sin ella.

En cualquier caso, ese activo tan valioso que es la reputación, se pone en riesgo y hay que hacer lo correcto para protegerlo.

Pero, ¿cómo actuar si se ha cometido un error?

Lo ideal sería nunca equivocarse, pero es imposible, somos seres humanos y errar hace parte de nuestra naturaleza, por eso hay crisis y para sortearlas las RRPP siempre serán indispensables.

Es esencial demostrar coherencia, guardar silencio es el peor camino, pero sorprendentemente son muchas las

empresas que prefieren esa alternativa porque creen que al público y a los medios se les olvidará.

Por el contrario, la percepción es que quienes esconden la cabeza son culpables.

La gente puede entender que una empresa cometa un error, pero nunca la perdonará si se niega a reconocerlo, es incapaz de corregirlo y hacer lo necesario para evitar que vuelva a suceder.

Una crisis es una buena oportunidad para que las empresas demuestren, genuinamente, la importancia que le dan a las personas y a su entorno.

Indudablemente, el eslogan se pone a prueba. Sin embargo, un error común es poner los intereses de la compañía por encima del bienestar general, cuando hay que hacer exactamente lo contrario.

No solo se trata de quedar bien, hay que ser responsable y transparente, hablar con la verdad es una obligación – y la gente tiene derecho a saberla – así como demostrar la determinación y capacidad para solucionar el problema.

El servicio que las RRPP le prestan a la reputación no solamente radica en la gestión de la crisis, es anterior y consiste en la prevención.

Las empresas responsables entienden que la anticipación de escenarios de riesgo no es una opción sino una necesidad.

Consideran como parte de su responsabilidad social corporativa la oportuna preparación para enfrentar la adversidad con eficacia.

El establecimiento de procedimientos eficientes, la capacitación del personal y la formación de sus directivos para comunicarse de forma correcta con sus grupos de interés, son herramientas sumamente poderosas.

¿Las RRPP serán útiles en el futuro para mantener una buena reputación?

No hay duda, pero el fortalecimiento de la reputación corporativa no dependerá exclusivamente de la difusión de contenidos. Para alcanzar ese objetivo

seguirá siendo indispensable interactuar con las audiencias.

Como si las plataformas actuales de comunicación social no fueran suficientes, habrá nuevas y más, y la prioridad será la conversación.

Las organizaciones que solamente quieren ser escuchadas, tendrán que aceptar que el diálogo es una condición que el público no está dispuesto a negociar.

El efecto para la reputación será muy positivo, ¿habrá mayores riesgos? seguramente.

Habrà que escuchar más, conocer mejor a la audiencia y darle lo que necesita. Las empresas tendrán que ser y, también, parecer. Para eso estarán las relaciones públicas.

conexiones

COMUNICACIONES ESTRATÉGICAS ■ RELACIONES PÚBLICAS

KETCHUM
EXCLUSIVE AFFILIATE

30 Años
EXPERTOS EN EVENTOS Y REPUTACIÓN