GESTIÓN SOLIDARIA

Diciembre 2018 - Año 13- Edición 111- ISNN 19000-7906 /Distribución gratuita

2019 EL AÑO DE LA RECUPERACIÓN

Ahorro solidario, "gota a gota" y Alfonso Dejardi

La paciencia de los colombianos en las compras navideñas

Transformación digital, mayor desafío para las empresas familiares en el 2019

Recuperar la confianza tarea de la economía

GESTIÓN SOLIDARIA

Visita nuestra pagina web

@gestionsolidaria

gestion.solidaria

www.gestionsolidaria.com

EDITORIAL

El 2019 será el año de la recuperación

Las condiciones para los negocios no fueron la más fácil durante 2018, mas cuando se venía arrastrando condiciones difíciles desde 2017. Ante las elecciones, Ley de Garantías, escándalos por corrupción y un alto número de hechos que retrasaron la toma de decisiones para la inversión, entre ellos la discusión de la Ley de Financiamiento (Reforma Tributaria), muchos negocios fueron aplazados por sus gestores. El panorama no pintó como el más favorable para la realización de nuevas inversiones y la contratación de más trabajadores.

Pero con el cambio de fecha en el calendario y la cesación de nuevas condiciones que dejan atrás la dificultades se espera que el país reaccione a nuevos vientos. Así mismo, quienes tienen a su cargo la decisión de nuevas empresas puedan desbloquear las mismas y las inversiones engavetadas salgan a a la luz.

Aunque las cifras de percepción de los consumidores es poco favorable con un menos 19 por ciento en el pasado mes de noviembre, se apuesta a que esa sensación sea modificada y de una vez por todas ponerle el pecho a la brisa. Ahora el llamado es a todos los emprendedores para que corran la milla de más y atiendan, de frente, todos aquellos factores que en algún momento pueden frenar la marcha próspera de los negocios. Es un tema de actitud. Pedir optimismo cuando muchos factores parecen poco favorables puede parecer un slogan, pero el cambio empieza en cada uno.

Quienes analizan el tema advierten que con un panorama mucho más tranquilo, el 2019 será un año para la recuperación. Para que los menos optimistas cambien su percepción y para que quienes mejoren su apuesta a los negocios ganen mucho más. Estaremos mirando esa evolución.

Feliz navidad y próspero 2019

COOPHUMANA
Cooperativa Multiactiva Humana de Aporte y Crédito

¡Afianza tu crédito!

Mejoramos la calidad de vida de sus asociados ofreciéndoles soluciones que faciliten el acceso al crédito, mitigando el riesgo para su entidad.

300 537 8293 www.coophumana.org

CONTENIDO

GESTIÓN SOLIDARIA

Director
Alfredo Alzate Escolar
direccion@gestionsolidaria.com
gerencia@gestionsolidaria.com

Jefe de Redacción
María Fernanda Alzate E.

Equipo Comercial
comercial@gestionsolidaria.com

Patricia Pérez
comercial2@gestionsolidaria.com

Colaboraron
en esta edición
Alveiro Monsalve Zapata

Diagramación y fotografía
Agencia Gestión Solidaria

Teléfonos
2516660
3102467766
Bogotá -Colombia

Impresión y Realización
Agencia Gestión Solidaria

DICIEMBRE -2018
Las ideas expresadas son responsabilidad de sus autores.

SUMARIO

6. Ahorro solidario, “gota a gota” y Alfonso Desajardi

10. La paciencia de los colombianos en las compras navideñas tiene un límite: 11 minutos

12. Cuatro industrias globales definirán el crecimiento mundial de datos al 2025

14. Aumentan ganancias de tenderos con pagos electrónicos

16. Transformación digital, mayor desafío para las empresas familiares en el 2019

19. Recuperar la confianza tarea de la economía

ÓSCAR BASTIDAS INICIA CICLO DE CONFERENCIAS

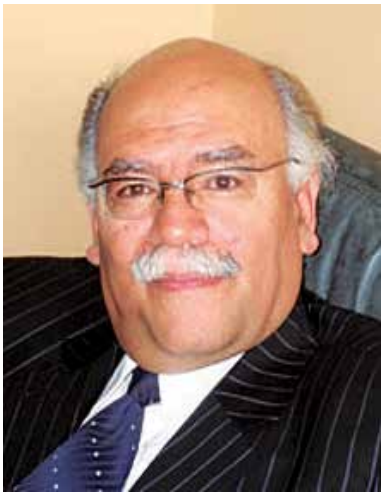
El conferencista, escritor y profesor venezolano iniciará un ciclo de presentaciones en Colombia a partir de febrero con temas como:

• Emprendimiento Asociativo
• Identidad Cooperativa
• Valores y Principios Cooperativos
• Valores y Economía Solidaria
• La Doble Dimensión Asociación. Empresa de las OESs
• Participación: de la coinfluencia a la Autogestión
• Cooperativismo de Trabajo Asociado y Autogestión
• Solidaridad y Autogestión
• Intercooperación e Integración Cooperativa
• Panorama Mundial
• Lineamientos Estratégicos y Gestión Cooperativa
• Responsabilidad Social y Balance Social Cooperativo
• Retos del Cooperativismo.

• Cooperativa. Panorama Mundial
• Lineamientos Estratégicos y Gestión Cooperativa
• Responsabilidad Social y Balance Social Cooperativo
• Retos del Cooperativismo.

Mayores informes:
WhahtsApp +58-424-1725665

Ahorro solidario, "gota a gota" y Alfonso Desajardi



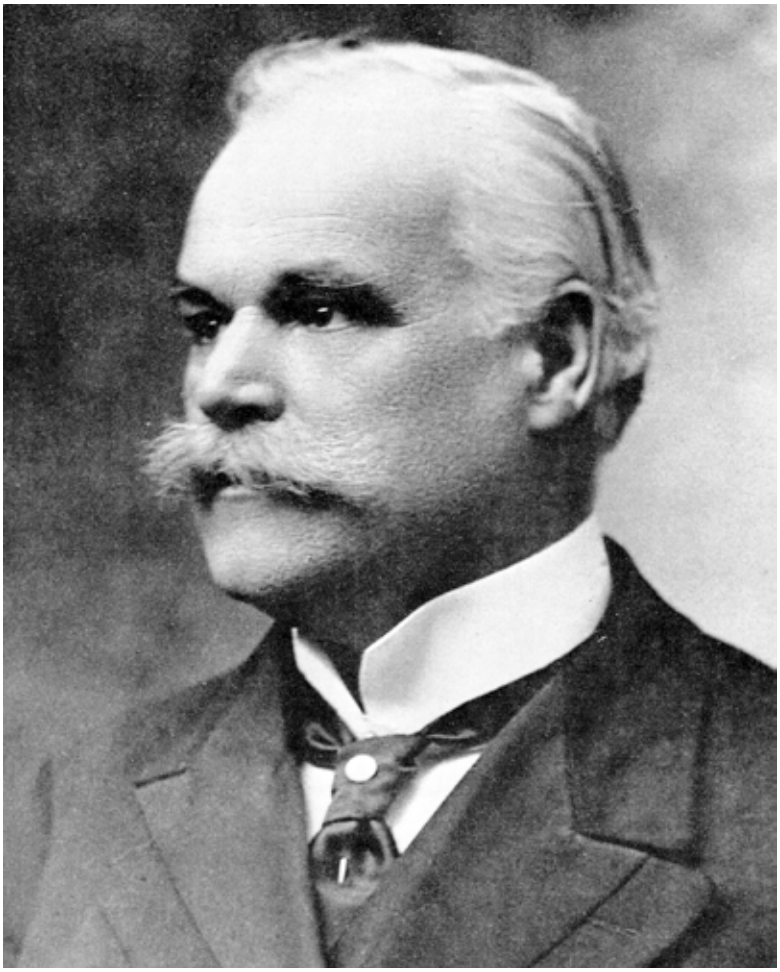
Alveiro Monsalve Z.
Consultor

La suma de pequeños ahorros bien manejados, seguros y disponibles, cuando provienen de millones y millones de personas anónimas, como sería el caso de la economía solidaria, podría contribuir en mucho al desarrollo de un país, si estos recursos se orientaran al sector productivo mediante crédito y servicios.

Dos prácticas opuestas

En Colombia hay unas 5.350 organizaciones solidarias (3.488 son cooperativas) que prestan servicios a 7.8 millones de personas. Sus activos financieros sobrepasan los 42 billones de pesos. En este universo encontramos 189 entidades que ejercen de manera exclusiva, actividad financiera cooperativa.

Por otra parte, en el mundo de la informalidad, se encuentra un injusto sistema de préstamos, denominado "gota a gota", generalizado en Colombia y en otros países de Suramérica. Este mecanismo crediticio de agiotaje ofrecido a miles de personas de escasos recursos consiste en otorgarles rápidamente un préstamo sin garantía, con una tasa de usura que excede entre 20 y 40 por ciento mensual.



Gabriel Alfonso Desjardins (1860-1920)

Estos agiotistas, que son una especie de red siniestra, reparten tarjetas de presentación o volantes en tiendas, locales, plazas de mercado, almacenes e incluso entre los taxistas, para ofrecer créditos que, en algunos casos, solo requieren la firma de un papel. Y después, suelen cobrar mediante severos actos de violencia si el beneficiario no cumple los plazos pactados. Estimativos de las autoridades calculan que unos 2.500 millones de pesos

se mueven diariamente en este abusivo negocio, lucrándose de las múltiples necesidades que padece la gente del común.

Si las personas conocieran con mayor profundidad los beneficios de las cooperativas de ahorro y crédito y aprovecharan más ampliamente la facilidad de acceso al crédito por la vía del ahorro solidario, habría cada vez más un contundente rechazo social al sistema "gota a gota", tan ignominioso para miles y miles de personas. Las cooperativas de ahorro y crédito y los fondos de empleados, podrían ser una eficaz alternativa para acabar con el inicuo sistema "gota a gota" que lesiona a tantas familias en nuestro país.

De Quebec para el mundo

A propósito, conviene refrescar una experiencia ejemplar, originada en la provincia francófona de Quebec en Canadá, sobre el poder transformador del ahorro solidario, el crédito cooperativo y el desarrollo de un movimiento social que llegó hasta nuestro país a finales en los años sesenta.

A finales del siglo XIX, desde la pequeña localidad de Lévis, habitada por franceses e ingleses, a orillas del río San Lorenzo en Canadá se puede observar en la orilla opuesta del río, a la ciudad de Quebec. La población que prevalecía en la provincia era campesina, muy pobre y con unas precarias condiciones de vida, con alto índice de desempleo y con bajos salarios, además con serios problemas de viviendas.

Estas circunstancias facilitaban la existencia de usureros, de los cuales terminaban siendo víctimas muchas familias, que casi nunca podían liberarse del préstamo. Al finalizar el año 1900, el cambio de siglo traía consigo muchas expectativas entre quienes habían padecido grandes crisis económicas y sociales ocasionadas por el crecimiento desaforado del capitalismo en la etapa posterior a la revolución industrial europea, tres o cuatro décadas atrás.

Marie-Clara Dorimène Roy Desjardins y su esposo Alphonse Desjardins fueron cofundadores de los pobladores de Caisses Desjardins, un precursor de las cooperativas de ahorro y crédito de América del Norte.

Un periodista visionario

En su casa de madera fabricada con pino silvestre, como las viejas casas nórdicas, pintada de blanco y un antejardín florido, Gabriel Alfonso Desjardins (1860-1920) hablaba con su esposa Marie Clara Doriméne Roy, sobre una idea que rondaba en su cabeza hacía cerca de tres años: la creación de una Caja de Ahorro popular al estilo de las que él había conocido en Italia y en Alemania.

En la casa de la familia Desjardin, el fuego ardiente crepitaba en la chimenea para contrarrestar el frío intenso del invierno; por entre las ventanas empañadas se podían ver los numerosos ca-

rruajes de alquiler tirados por caballos sobre la calle empedrada y el río casi congelado con algunas barcazas grises en su orilla.

Maria Clara le dio todo el apoyo a su esposo periodista y a partir de ahí participó activamente en la creación de las que posteriormente se denominaron "Cajas Populares Desjardin". Para esa época Alfonso Desjardins tenía 40 años y se ganaba la vida como periodista, profesor, estudioso del comercio y de los seguros y redactor de jurisprudencias en la Cámara de los Comunes del gobierno federal de Canadá.

Cualquier día llegó a sus manos un libro que despertó todo su interés: "People´s Bank", de Henry W.Wolff, sobre las cajas rurales y los bancos populares existentes en Europa. Allí encontró la forma de combatir las prácticas abusivas de los usureros que otorgaban crédito a las personas pobres cobrándoles tasas de interés superiores al 3.000 por ciento. El autor lo animó a visitar diferentes Cajas de ahorro en Alemania, sobre los modelos Raiffeissen y Schltze-Delitzsch que se extendieron con gran éxito en Inglaterra, Francia y España. También en Italia visitó las Cajas de ahorro que prosperaron con el liderazgo de Luigi Luzzatti.

En 1900, Alfonso Desjardins se reunió en su casa familiar con un grupo de ciudadanos a quienes expuso su idea y con ellos redactó el estatuto de la Caja Popular, la "Caisse Populare" en francés. Así empezó la Caja Popular de Levis como una sociedad cooperativa de ahorro y crédito. Era el comienzo de un nuevo modelo económico y social que favorecía sin lugar a duda, mediante la autoayuda, a la gente más necesitada de la sociedad, y que se extendió a partir de entonces no sólo por Canadá y Norteamérica, sino también por Centro y Suramérica.

El crédito gota a gota mantienen en la pobreza a miles de familias

Desjardins se dedica por entero a promover, fundar y supervisar nuevas Cajas de ahorro en la provincia de Quebec y en Norteamérica, donde surgieron con el nombre de "Credit Union".

Gabriel Alfonso Desjardins (1860-1920) hablaba con su esposa Marie Clara Doriméne Roy

Escribe con enorme convicción, dicta conferencias, dirige cursos, va a uno y otro lugar, se reúne con la gente, habla como un gran educador y persuade a muchas personas de los beneficios que se lograrían mediante esta nueva organización de ahorro y crédito entre las personas que decidan unirse para ayudarse entre sí y mejorar sus propias condiciones de vida.

En su libro "La cooperativa, banco del pueblo", Alfonso Desjardins resume su experiencia de activo cooperativista durante más de treinta y cinco años. "La solidaridad en la cooperativa, asocia la autonomía de las personas, para lograr hacerlas más solidarias y generosas. La cooperación asocia al pueblo, no para manejarlo sino para incrementar su libertad. Los dirigentes no trabajan para enriquecerse, sino para hacer a sus asociados más libres y dichosos; están al servicio de sus miembros".

De Cuna mutual al Banco Uconal

En Estados Unidos, en la primera mitad del siglo XX, las "Credit Union" logran una gran expan-

sión y conforman un sistema de federación conocida con el nombre de CUNA, Credit Union National Association. En 1959, se crea en Colombia la "Unión Cooperativa Nacional" -Uconal-, con el apoyo norteamericano de CUNA internacional y de la Alianza para el Progreso. El objetivo de ambas entidades fue promover en Colombia la creación de muchas cooperativas especializadas de ahorro y crédito. Coomeva fue una de ellas. Uconal se convirtió años más tarde en el Banco cooperativo Uconal.

Mas y más inclusión financiera

Si hubiera en Colombia más formas legales de ahorro solidario, con crédito ágil, integradas en un gran sistema financiero federado y confederado, con adecuada supervisión y aseguramiento, de fácil acceso para las personas, tanto en zonas urbanas como rurales y con servicios de calidad mejores que las ofrecidas por la banca tradicional, serían millones de personas las que preferirían esta alternativa.

Luigi Luzzatti (Venecia, 1 de marzo de 1841 - Roma, 29 de marzo de 1927) fue un jurista, economista y político italiano. Fue el creador de la Banca Popolare di Milano

Así es en Alemania y en Canadá. Así podría ser en nuestro país. Los agiotistas del "gota a gota" se acabarían para siempre. El crédito cooperativo, orientado al sector productivo y no sólo al consumismo, así como el desarrollo del microcrédito en su filosofía social, harían más inclusivo y formalizado el acceso a la bancarización y a las finanzas personales y familiares de los más pobres. El modelo impulsado por Alfonso Desjardins, sigue vigente y espera nuevos líderes que estén a tono con esta época actual globalizada. G

DHL Express, presentó cinco nuevos vehículos 100% eléctricos para su flota en Colombia

Estos vehículos funcionan mediante una tecnología limpia. Son furgonetas eléctricas de la marca Renault Kangoo ZE que pueden recorrer 160 kilómetros con 650 kilos de carga en cada trayecto y una velocidad máxima de 130 kilómetros por hora. Las camionetas funcionan mediante la tecnología ZE que permite un menor desgaste mecánico del vehículo y reduce su costo de mantenimiento hasta en un 60%, gracias a su motor.

En la fotografía, aparecen de izquierda a derecha, los ejecutivos de DHL Express Colombia: Pedro Traversi, director comercial; Agustin Bolano. gerente de operaciones; Allan Cornejo, gerente general; y Álvaro Vieda, gerente de operaciones terrestres.

El grupo busca reducir, a través de su programa GoGreen, la emisión de carbono generada por sus operaciones y las de sus proveedores y clientes en un 100%, y alcanzar cero emisiones en el año 2050.

La paciencia de los colombianos en las compras navideñas tiene un límite: 11 minutos

- **Si las esperas son largas, el 41% de los colombianos prefiere irse a otras tiendas o recurre a la tienda online**

Navidad es, a menudo, sinónimo de grandes aglomeraciones en los centros comerciales, supermercados y en tiendas de todo tipo, y éstas van acompañadas de colas kilométricas en caja para hacerse con los regalos o alimentos deseados a compartir con los más queridos durante estas fechas tan especiales.

En esta línea, Tiendeo.com.co, la empresa de catálogos online y servicios para impulsar el tráfico a tiendas físicas, ha realizado un estudio* entre sus usuarios para analizar el grado de tolerancia y paciencia de los compradores en la cola de la caja de los establecimientos.

Suspenso en paciencia: en Navidad, no más de 11 minutos en la cola

Al ritmo frenético habitual en cualquier compra se le suman los nervios de los preparativos y compromisos navideños. Prueba de ello es que el 55 por ciento de los usuarios encuestados por Tiendeo.com.co está dispuesto a esperar en la cola una media de 11 minutos. Esto sucede de forma unánime en diferentes tipos de establecimientos de las principales categorías (supermercados, tiendas de electrónica, de juguetes y de ropa). En todos los casos, además, sólo un 13 por ciento llegaría a esperarse más de 20 minutos para conseguir sí o sí el artículo deseado.

El 41 por ciento de los colombianos busca alternativas y se va a la competencia.

Las colas interminables en caja pueden convertirse en un factor de peso a la hora de renunciar a la compra de ciertos artículos. Así lo confirma el 41 por ciento de los encuestados, que prefiere abandonar el establecimiento para buscar otras tiendas o bien realizar la compra online. El amplio abanico de posibilidades al

Por contra, sólo un 13% esperaría más de 20 minutos, según el nuevo estudio de Tiendeo.com.co

alcance de los consumidores obliga a los retailers a tener que optimizar notablemente la experiencia en la tienda física para tratar de retener su posible fuga.

La compra de electrónica es la más sensible

El acierto en todos aquellos regalos relacionados con la electrónica y la tecnología, por su constante evolución, puede resultar a menudo complejo. Por esta razón, es ésta la categoría que presenta un mayor índice de fuga de compradores que, cansados de esperar en la cola, abandonan finalmente la compra (36%). Por otro lado, en ropa (47%), alimentación (43%) y juguetes (42%), el consumidor es también poco tolerante a las colas, pero en estas ocasiones busca alternativas en otros establecimientos o bien realiza sus compras a través del canal online si se encuentra ante largas esperas.

Los mujeres tienen menos paciencia que las hombres

En las compras de juguetes (84%) y alimentación (76%) son en las que las mujeres se muestran menos pacientes ante largas colas. En estos momentos es cuando tienden a abandonar el establecimiento para buscar alternativas, comprar online o desistir totalmente la compra.

Además, en el sector de la electrónica en particular, son también ellas quienes consultan más las redes sociales en la cola (39% vs 25%).

Esperando en la cola de caja, el 48% de los colombianos se fija en los demás

Las redes sociales se consultan para todo y en todo lugar y momento. Pero, curiosamente, sólo el 22% de los colombianos lo hace esperando en la cola de la caja en Navidad, por debajo de un 48% que se integra en el ambiente fijándose en el comportamiento de la gente de su alrededor e incluso conversando con los demás.

*Estudio realizado a partir de una encuesta a más de 800 usuarios en 2018. G

Cuatro industrias globales definirán el crecimiento mundial de datos al 2025

Los empresarios serán los grandes administradores de los datos del mundo, con casi la mitad (49%) guardados en entornos de nubes públicas

La esfera de datos global (cantidad de datos creados, capturados y replicados en todo el mundo) podría crecer hasta en 175 zettabytes para 2025.

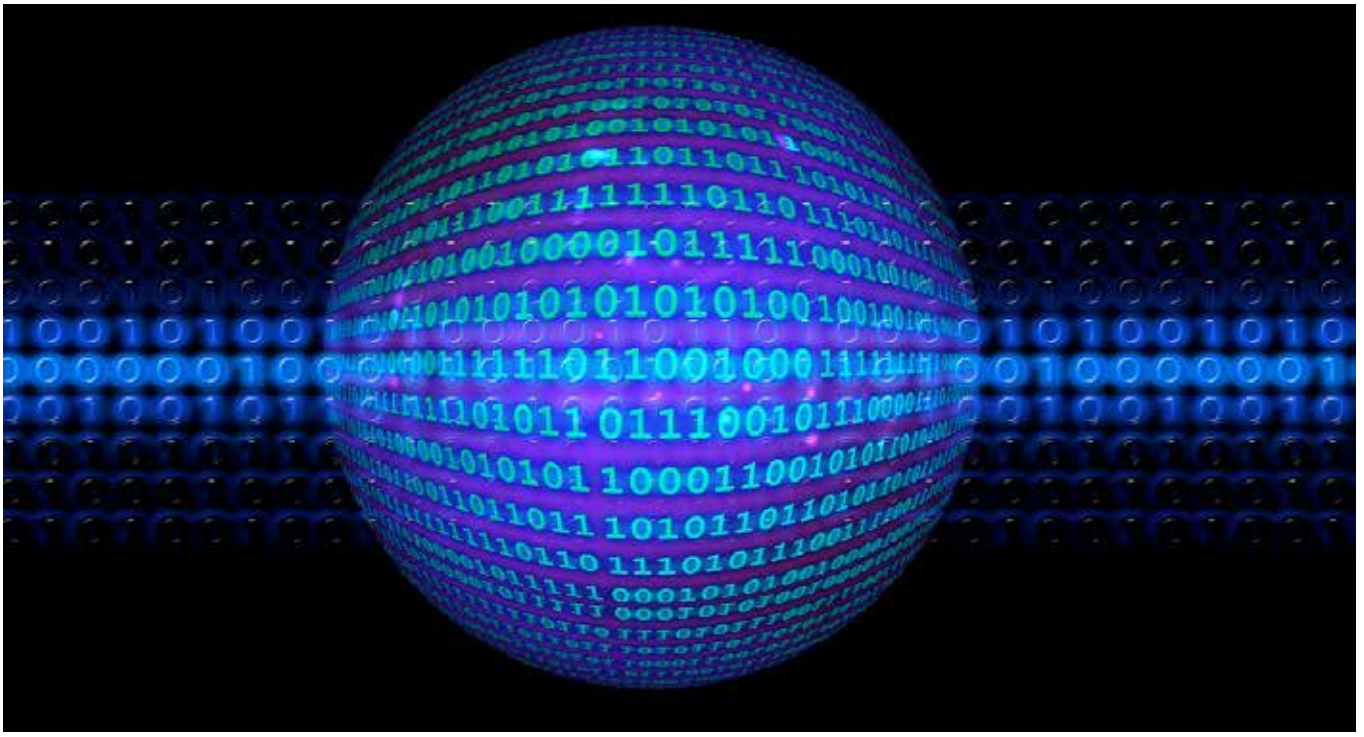
Los sectores Financiero, Manufactura, Salud y Entretenimiento están ayudando a definir esta nueva era de crecimiento de datos. Así lo explica el estudio de IDC, La digitalización del mundo: de borde a núcleo, patrocinado por el líder mundial en almacenamiento de datos, Seagate Technology.

Según el estudio, entre las industrias clave examinadas, el sector Salud es el más pequeño en la esfera de datos empresarial global, sin embargo se prepara para ser la de más rápido crecimiento, por encima del sector Medios y Entretenimiento y equiparando al sector Servicios Financieros para 2025. Su crecimiento refleja avances en la atención médica analítica y tecnología de imágenes, así como la creciente cantidad de datos en tiempo real creados en la atención médica.

DATCON: evaluando la preparación hacia los datos de cada sector

El índice Datcon (Acondicionamiento hacia los Datos), aplicado por IDC para este estudio, evalúa la administración, el uso y la monetización de los datos de las cuatro industrias más importantes para la esfera de datos global del futuro.

Con un rango de 1 (crítico) a 5 (optimizado), los puntajes Datcon se calculan a través de una serie de métricas, que incluyen crecimiento de datos,



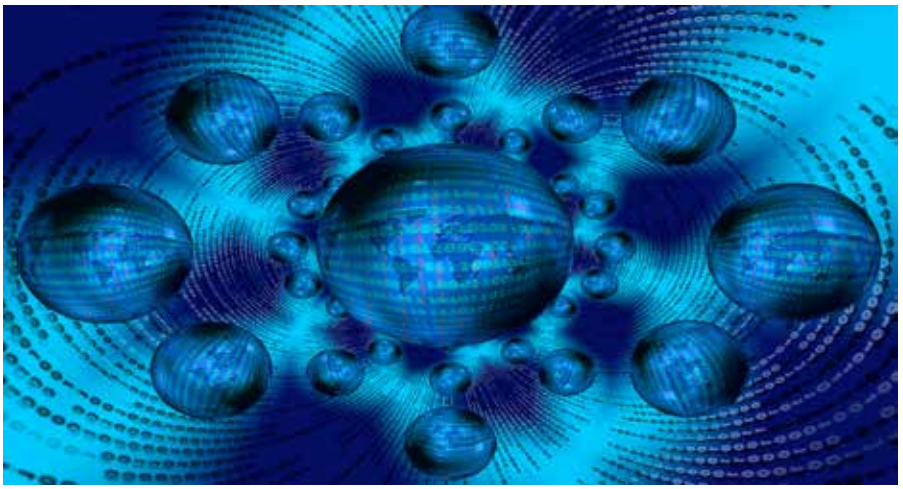
criticidad, seguridad, inversión, administración, habilidades e involucramiento en nivel C.

De esta manera, el estudio ha identificado las iniciativas más urgentes que las industrias deben considerar al acercarse el 2025:

• Los Servicios Financieros y el sector Manufactura obtuvieron el mejor puntaje general, con 3.3 cada uno. Eso significa que albergan el mayor uso de la computación de vanguardia en las cuatro industrias, con oportunidad para blockchain, análisis de información e inteligencia artificial.

• Pese a su rápido crecimiento, en 2.4, el sector Salud, también tienen un margen aún por mejorar en su preparación hacia los datos. Los resultados de la encuesta indican que blockchain será importante para la industria, pero casi el 60 por ciento carece de una estrategia o aún no ha implementado ninguna iniciativa.

• Medios y Entretenimiento recibió la puntuación DATCON más baja, de 2.0, mostrando que el sector está listo para tecnologías de datos avanzadas; principalmente en seguridad de datos y gestión de datos. Ante ello Dave Mosley, director ejecutivo de Seagate, dijo: “Las tecnologías de datos se están volviendo centrales para la expansión de la productividad, la monetización de datos y la creación de valor. Estamos muy contentos de ser parte de esta transformación como firme facilitador de estas oportunidades para los próximos años".



Empresa al frente

La empresa se está convirtiendo rápidamente en el principal administrador de datos del mundo conectado de hoy.

El estudio “La digitalización del mundo” predice que los bytes usados por las empresas representarán más del 80 por ciento del total de bytes instalados en todo el mundo en 2025. Y esta tendencia hará, por tanto, que la responsabilidad de protección de datos empresariales en todo el mundo siga en aumento.

La nube es el nuevo núcleo

El estudio también revela que casi la mitad (49%) de los datos almacenados del mundo podrían residir en entornos de nubes públicas para 2025. Este cambio a la nube pública está siendo impulsado en gran medida por un mundo lleno de sensores del Internet de las Cosas (IoT, por sus siglas en inglés), que constantemente se encuentran capturando, registrando y analizando datos en entornos empresariales. Ante ello, y a medida que las empresas confían en la nube para sus necesidades de almacenamiento y procesamiento de datos, los centros de datos en la nube se están convirtiendo en el nuevo repositorio de datos empresariales. En esencia, la nube se está convirtiendo en el nuevo núcleo. G

Aumentan ganancias de tenderos con pagos electrónicos

Sebastián Tobón, gerente comercial PTM

Gracias a los desarrollos tecnológicos y a la economía global, las tiendas de barrio se han constituido como el mejor referente de innovación y transformación digital, ya que han optado por utilizar herramientas tecnológicas que les permitan digitalizar sus pagos, favoreciendo no solo sus ingresos internos; sino a miles de familias que acuden a la conectividad de estas plataformas.

En la actualidad, ya son 450.000 tiendas de barrio o establecimientos comerciales en el país que han sido favorecidas por plataformas como PTM; ya que además de ofrecer servicios de recargas, pines de energía, giros nacionales, TV satelital, Simcards, servir como corresponsal bancario y boleterías de eventos, genera ingresos adicionales hasta de 800.000 pesos mensuales a los tenderos.

"Los tenderos ven con PTM la opción de generar ingresos adicionales para su negocio y para su entorno familiar, esto teniendo en cuenta que la mayoría de las veces se mezcla la unidad familiar con el negocio. Y lo que buscamos es beneficiar cada vez más a nuestros clientes para que tengan mayores ingresos con nuestra plataforma y que a su vez les genera mayor tráfico para su comercio que termina en mayores ventas", afirmó David Tobón Director de Proyecto de PTM.

En la actualidad, este tipo de oportunidad digital viene en aumento, ya que la implementación de estas herramientas mueve alrededor del 60 por ciento de las ventas de bienes de empleo masivo en Colombia.

Pequeños y grandes tenderos han puesto en marcha esta modalidad, utilizando computadores, datafonos y aplicativos que hacen real este hecho. Además, habilitar en este tipo de negocios los pagos electrónicos, se ha convertido en una excelente opción para los clientes, ya

que se refleja ahorro de tiempo y dinero en un día ordinario.

Tobón afirma, “Efectivamente, la suma de tenderos a esta apuesta de negocio es aún más grande, y sobretodo el beneficio que está mostrando en ingresos y calidad de vida de la comunidad también ha aumentado, de igual manera, se proyecta para el 2020 un crecimiento del 40 por ciento y llegar a generar una facturación de transacciones aún más alta”.

“Por medio de nuestras plataformas estamos aportando a los núcleos familiares innovación en los sitios rurales del país, tiendas de barrio, entre supermercados, papelerías, café internet, droguerías, graneros, ferreterías, y otras, están ofreciendo un mejor servicio a la comunidad, y al mismo tiempo están aumentando sus ventas en un 20 por ciento”, resalta Sebastián Tobón, gerente comercial PTM”. El aporte que PTM genera a la sociedad abarca 30 departamentos del país, tales como Antioquia, Boyacá, Valle del Cauca, Cundinamarca, Costa Atlántica y Pacífica, Vaupés, Bogotá, Nariño, Caldas, Huila, Cesar, Norte de Santander, Putumayo, Quindío entre otros, proyectando un mayor aumento en el cierre de 2019. **G**

Transformación digital, mayor desafío para las empresas familiares en el 2019

- **En Colombia la economía digital representa menos de un 2% del PIB, lo cual significa que hay una gran oportunidad de crecimiento.**

Foto: pixnio.com

. En los países de la OCDE el aporte de la economía digital al PIB es en promedio del 6 por ciento -según datos del FMI- y se proyecta un crecimiento acelerado en la próxima década. En Colombia la economía digital representa menos de un 2 por ciento del PIB, por lo cual la oportunidad de crecimiento es enorme.

No adaptarse al cambio ni anticiparse al mismo le ha salido caro a empresas líderes en el mundo. En Estados Unidos, apenas 4 de las 10 empresas líderes de hace una década están aún en esa posición. Colombia y otros pases de la región muestran esta misma tendencia para el 2019. Según informa el nuevo Índice de Madurez Digital (IMDV), elaborado por Virtus Partners en Chile y con sede en Colombia, se evidencia que, si bien la tasa es mejor (ocho de las empresas más grandes han logrado mantenerse dentro del Top diez), la mitad de los CEO consultados por Virtus confiesan no saber qué hacer para enfrentar los cambios, tanto por la incertidumbre que produce la disrupción, como por la insuficiencia en capacidades técnicas y de liderazgo necesarias para abordar la transformación de sus compañías. Los modelos que los han hecho exitosos hasta ahora, incluyendo sus propios patrones culturales y de liderazgo, están siendo profundamente amenazados y lo admiten. Sin embargo, pocos saben cómo ser proactivos y efectivos al respecto.

“Las grandes compañías familiares se están quedando atrás. Hoy la velocidad de cambio y de adaptación es más acelerada y, como en toda disrupción, lo más fácil es seguir operando como siempre se ha hecho en vez de desafiar paradigmas, adaptándose al nuevo contexto” aseguró Andrés Maldonado, Socio Director de Virtus Partners Colombia.

Maldonado afirma que el mayor desafío de los grupos familiares

en Colombia y en la región para el 2019 es la transformación digital, pues con ella viene un nuevo nivel de exigencia de los consumidores y clientes, que ya no están dispuestos a acomodarse a las ofertas tradicionales de las compañías. Asevera que gran parte de las empresas familiares no se han dado cuenta aún del tamaño del desafío y corren el riesgo de ser desbancadas por competidores más ágiles y conectados con los consumidores.

Gracias a la democratización de la información, la desmaterialización del mundo físico y la digitalización de procesos que ha traído el avance tecnológico, el contexto en el que operan las compañías está cambiando rápidamente: los consumidores están más empoderados, exigiendo propuestas de valor que se adapten a sus necesidades; los competidores son menos previsibles, apalancados en tecnologías disruptivas para llegar de manera más económica y conveniente a los consumidores; y los datos, que antes estaban escondidos o subutilizados, se convirtieron en poderosas herramientas de conocimiento de los consumidores y de optimización de procesos.

Teniendo en cuenta estas variables y desafíos, el IMDV de Virtus Partners estableció seis ejes fundamentales para abordar el desafío de la transformación digital:

1. El sentido de transformación está en el cliente

El centro y foco de las compañías maduras está en el cliente. Eso no ha cambiado y no va a cambiar. De hecho, en el mundo digital se intensifica y acelera: los clientes están más informados y conectados por lo cual esperan más del producto o servicio, a una mayor velocidad. Las compañías líderes entienden qué es lo que buscan sus clientes, cómo se comportan, cómo ven a la empresa y cómo responderían ante distintas propuestas de valor. Todos en la organización los conocen y toman decisiones con ellos en el centro, anticipándose así a la competencia.

2. No es solo tecnología, también es estrategia

Las compañías líderes tienen un propósito movilizador. Diseñan y rediseñan estrategias distintivas de forma permanente y las construyen sobre un entendimiento robusto de la situación actual y la deseada. Vivimos en un mundo cambiante, donde aprender y ajustar es elemental. En un contexto de disrupción digital, el atributo de flexibilidad se intensifica. Los avances aumentan de manera exponencial y la amenaza no siempre viene desde la misma industria.

3. El cambio nace desde adentro, desde las personas

Si la cultura no cambia, no hay cambio. Los líderes deben ser ejemplo y promotores de nuevas formas de trabajar, permitiendo asumir mayores riesgos, conside-

rando al fracaso como una fuente de aprendizaje y promoviendo la diversidad y la horizontalidad. Un cambio de esta magnitud es imposible si no se hace con otros. Por ello se debe aprovechar el ecosistema en el que convivimos (centros de innovación, startups, consultoras, etc.). Otros actores tienen mucho que aportar a las organizaciones.

4. Operaciones: experiencias a través de nuevos canales

Para transformar la operación de cara al cliente hay que ponerse en su lugar. Deben mapearse todos los puntos de contacto (análogos o virtuales) con los clientes, entendiendo sus necesidades y dolores, para definir y construir una experiencia "óptima" para cada uno. Una experiencia que involucra el proceso previo y posterior a la toma de decisión del usuario, incluyendo a quienes influyen en la decisión. Los procesos se diseñan buscando que los procesos sean más empáticos con el cliente, al tiempo que se automatizan para hacerlos más eficientes.

5. De la intuición a la data y de la data a la acción

La recolección y análisis de datos sirve para una mejor toma de decisiones. Información que antes no se utilizaba ahora juega un rol protagónico. Con más y mejores datos, los insights generados pueden "destrabar" valor sustancial, tanto de cara al cliente como a la operación interna. Sin embargo, el análisis de datos también se complejiza, lo cual implica incorporar nuevas capacidades a la organización.

6. Tecnología cambiando el juego

La tecnología habilita nuevos modelos de negocio, formas distintas de agregar valor, nuevas formas de trabajo y niveles de automatización de la operación sin precedentes. Un proceso de transformación exige que los líderes entiendan a profundidad las tecnologías disponibles, su impacto en el negocio y las nuevas posibilidades que abren. En un mundo donde el cambio sólo se acelera, la capacidad de mantenerse actualizado, aprendiendo continuamente, es fundamental. G

Recuperar la confianza tarea de la economía

Fedesarrollo señaló en el siguiente informe que en noviembre de 2018, el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) experimentó una fuerte disminución y registró un balance de -19,6%, su valor más bajo desde marzo de 2017. Frente a noviembre de 2017 el ICC se redujo en 9,7 pps.

La reducción frente al mes pasado obedeció a un fuerte deterioro en el Índice de Expectativas del Consumidor y en menor medida a una reducción en el Índice de Condiciones Económicas. La confianza de los consumidores disminuyó en todas las ciudades encuestadas frente al mes pasado y a noviembre de 2017.

Entre tanto la disposición a comprar vivienda como la disposición a comprar bienes muebles y electrodomésticos disminuyeron frente al mes anterior y mantienen una tendencia a la baja.

De acuerdo con los resultados de noviembre de la Encuesta de Opinión del Consumidor (EOC), el Índice de Confianza del Consumidor (ICC) registró un balance de -19,6%. Este valor representa una fuerte caída de 18,3 puntos porcentuales (pps) frente al mes anterior y un deterioro de 9,7 pps relativo al mismo mes de 2017. De este modo, la confianza de los consumidores se ubicó en su nivel más bajo desde marzo de 2017 y su promedio móvil trimestral regresó a terreno negativo.

La caída en la confianza de los consumidores frente al mes de octubre obedece al fuerte deterioro en el Índice de Expectativas del Consumidor y en menor medida al Índice de Condiciones Económicas. El ICC reúne cinco componentes 1. Los primeros tres hacen referencia a las expectativas de los hogares a un año vista, mientras que los otros dos hacen alusión a la percepción de los consumidores acerca de la situación económica actual. Con los tres primeros se construye el Índice de Expectativas del Consumidor (IEC) y con los dos restantes el Índice de Condiciones Económicas (ICE). La disminución del ICC respecto al mes de octubre se explica por la fuerte caída de 27,6 pps en el IEC y en menor medida por el deterioro de 4,4 pps en el ICE. Frente a noviembre de 2017, tanto el índice de expectativas como el índice de condiciones económicas disminuyeron en 14,7 y 2,1 pps, respectivamente.

Los hogares aplazan compra de bienes durables

En Noviembre, tanto la valoración de los consumidores sobre la situación del país como la valoración de los consumidores sobre la situación de sus hogares se redujo fuertemente frente al mes de octubre. De este modo, la valoración de los consumidores sobre la situación de sus hogares se ubicó en terreno negativo por primera vez en lo corrido de 2018. Por su parte, la disposición de los consumidores a comprar bienes durables se ubicó en -8,7%, deteriorándose frente al mes pasado.

Por ciudades

En noviembre, el ICC registró disminuciones frente al mes an-

terior y al mismo mes de 2017 en todas las ciudades encuestadas, especialmente en Bucaramanga. El ICC se ubicó en terreno negativo en todas las ciudad encuestadas y presentó fuertes disminuciones frente al mes anterior (Bucaramanga 36,7 pps, Cali 18,3 pps, Bogotá 18,3 pps, Medellín 17,9 pps y Barranquilla 12,9 pps). Relativo al mes de noviembre de 2017, la confianza de los consumidores también se redujo en todas la ciudades de la encuesta.

Por estratos

En noviembre, la confianza de los consumidores frente al mes anterior disminuyó en todos los niveles socioeconómicos. Respecto a noviembre de 2017, la confianza de los consumidores solo aumentó en el nivel alto. Desagregando los resultados del ICC por nivel socioeconómico, se evidenció una fuerte reducción frente al mes pasado en todos los estrato (bajo 21,4 pps, alto 20,2 pps y medio 15,1 pps). Frente a noviembre 2017, la confianza de los consumidores mejoró en el nivel socioeconómico alto (14,7 pps) y disminuyó en los estratos medio (12,0 pps) y bajo (10,5 pps).

Menos interés en la compra de vivienda

La disposición a comprar vivienda disminuyó frente al mes pasado y noviembre de 2017. Por ciudades, este indicador disminuyó respecto al mes anterior en todas las ciudades analizadas. En noviembre, el indicador de disposición a comprar vivienda se ubicó en un balance de -8,4%, que equivale a una caída de 10,8 pps frente al mes anterior y a un deterioro de 2,8 pps con relación al mismo mes de 2017. Con relación al mes pasado, la disposición a comprar vivienda se redujo en todas las ciudades encuestadas, especialmente en Cali (49,5 pps) y Bucaramanga (25,7 pps)

Frente al mes anterior la disposición a comprar vivienda se redujo en todos los niveles socioeconómicos. Relativo a noviembre de 2017, la disposición a comprar vivienda mejoró en los niveles socioeconómicos alto y bajo. Entre octubre y noviembre, los resultados del indicador de disposición a comprar vivienda, desagregados por nivel socioeconómico, mostraron una fuerte disminución en el estrato alto (27,1 pps), y en menor medida en el estrato medio (9,7 pps) y bajo (9,4 pps). Frente a noviembre de 2017, se evidenció un aumento en los estratos alto y medio, y una reducción de 13,2 pps en el nivel medio.

Bienes Durables

La disposición a comprar bienes muebles y electrodomésticos experimentó un deterioro frente al mes anterior y noviembre de 2017. No obstante, mejoró en Bogotá relativo frente al mes pasado. El balance de respuestas acerca de si es un buen o mal momento para comprar bienes como muebles y electrodomésticos se ubicó en noviembre en -8,7%. Esto representa una reducción de 1,0 pps respecto al mes de octubre y un deterioro de 1,8 pps frente a noviembre de 2017. Con relación al mes anterior, la disposición a comprar bienes durables aumentó en Bogotá (8,9 pps), pero disminuyó en las demás ciudades analizadas, especialmente en Bucaramanga (31,4 pps) y Cali (28,7 pps). Frente a noviembre de 2017, el índice disminuyó en todas las ciudades encuestadas a excepción de Cali que donde se presentó un incremento de 11,6 pps (Cuadro 6).

Menos compra de vehículo

En noviembre, la disposición a comprar vehículo continuó su tendencia a la baja y registró un balance de -48,3%. Lo anterior implica una reducción de 14,8 pps y 4,0 pps respecto al mes anterior y a noviembre de 2017, respectivamente.

G

MENTE MAESTRA

P • u • b • l • i • c • i • d • a • d

www.gestionsolidaria.com

Cel. 3102467766

BANCOOMEVA GANADOR DEL PREMIO IBEROAMERICANO DE LA CALIDAD 2018

Gracias a la excelencia de nuestra gestión organizacional, hemos sido merecedores del Galardón Oro en la versión 2018 del Premio Iberoamericano de la Calidad. Esta distinción nos convierte en el primer y único banco en Colombia que logra este reconocimiento que nos llena de orgullo, y nos motiva a seguir trabajando para continuar ofreciendo productos y servicios con los más altos estándares de calidad.

Premio otorgado el 15 de noviembre de 2018 por la Fundación Iberoamericana para la Gestión de la Calidad, Fundibeq, en el marco de la XXVI Cumbre Iberoamericana de Jefes de Estado y de Gobierno, celebrada en Antigua, Guatemala.

Bancoomeva, una empresa del Grupo Coomeva.

Bancoomeva

Entidad financiera