

SEGUROS

# COMPETITIVIDAD PARA SER SOSTENIBLES

ÁGILES  
Y FLEXIBLES  
así son los nuevos  
modelos de trabajo

---

5 PASOS  
para implementar  
el mercadeo  
digital y potenciar  
tu negocio

---

METAS  
FINANCIERAS  
Planearlas  
Alcanzarlas



EMPRESAS

# ASEGÚRATE DE CONSERVAR EN CASA

los hábitos de cuidado  
que tienes en tu lugar de trabajo



Para mayor información ingresa a:  
[www.segurossura.com/covid19/](http://www.segurossura.com/covid19/)

## COMPETITIVIDAD CON EMPATÍA

Ahora que el COVID-19 cambió nuestras rutinas y detuvo en seco nuestra vida frenética, tenemos una nueva oportunidad para resignificarnos y sintonizarnos de una manera distinta con los otros y nuestro entorno. Nos pone un alto para comprender las necesidades y desafíos que están teniendo las personas y las empresas. En otras palabras, nos permite conectarnos con la empatía, una capacidad muy humana que toma especial relevancia en el mundo empresarial actual.

Más allá de ser estructuras organizacionales, las compañías estamos compuestas por y para personas. Por esto, desarrollar la empatía es una invitación y una necesidad que tenemos las empresas hoy para entender que somos parte de un sistema en el que cada una de nuestras acciones y decisiones tienen un impacto.

La empatía, acompañada de la competitividad, nos permite adaptarnos, ser flexibles y transformarnos para mantenernos relevantes. Estas capacidades potencian nuestro rol como actores fundamentales en la búsqueda de soluciones para responder a las necesidades de nuestros colaboradores, clientes, proveedores y consumidores.

Por eso, como Compañía, tomamos la decisión de enfocar nuestras acciones en observar y escuchar a las empresas, y así conocer sus necesidades y desafíos para poder acompañarlas a desarrollar su competitividad y potenciarse en el mercado de manera relevante y sistemática, a través de nuestra estrategia Empresas SURA.

En este escenario, en los últimos meses hemos asesorado a más de 30.000 empresarios en América Latina, gracias a la habilitación rápida de canales digitales para continuar con la

entrega de conocimiento y capacidades, que han sido claves para aportar a su transformación y a su competitividad durante la reapertura gradual de la economía.

Gracias al ejercicio continuo que hacemos de escucha y de observación de las necesidades y desafíos de las empresas, hemos fortalecido nuestro acompañamiento en temas claves como la gestión de la liquidez para seguir operando, el rediseño de su organización y los roles del talento, la transformación de su modelo para continuar ofreciendo productos y servicios, la recuperación de la confianza de sus consumidores bajo estándares de producción bioseguros, y en la creación y fortalecimiento de procesos de mercadeo digital, entre otros aspectos relevantes, para adaptarse a las circunstancias.

Y, como parte de ese acompañamiento integral, creamos la revista Empresas SURA, una publicación pensada para los empresarios, en la que a partir de la observación del entorno, de las tendencias y los riesgos les entregamos contenidos prácticos y actuales, así como experiencias de negocios que pueden implementar en sus propias compañías.

En SURA estamos al lado de las empresas porque creemos en ellas; porque estamos convencidos de que sus líderes y equipos de trabajo son héroes que todos los días trabajan por ser empáticos con sus públicos y su entorno; porque sabemos de todo el potencial y la relevancia que tienen en la economía y en la generación de empleo de calidad en nuestra región; porque, por experiencia propia, entendemos que hacer empresa implica grandes esfuerzos y queremos estar ahí para acompañarlos a que les pasen cosas buenas.

### 30.000

Empresas hemos acompañado durante la pandemia, en nueve países.

### 55%

Aumentó la demanda de nuestros clientes para asesorías de sus negocios durante la pandemia y la reactivación económica gradual.

### 100.000

Empresarios latinoamericanos asesorados es nuestra meta para 2020.



# CONTENIDO

## 07

### COMPETITIVIDAD PARA SER SOSTENIBLES

"Las mipymes tienen ventajas para ser más competitivas: la flexibilidad, la velocidad, la innovación y ser disruptivas. Su reto: ser más previsivas".

## 14

### TENDENCIAS

Las actividades de consumo han evolucionado, adaptándose a la situación actual. Conoce 12 perfiles de comportamiento que están teniendo los consumidores para que, como empresa, puedas ofrecer las soluciones que necesitan.

## 16

### ÁGILES Y FLEXIBLES

así son los nuevos modelos de trabajo.

## 21

### LA CONTINUIDAD DEL NEGOCIO

Contar con un plan de continuidad permite a cualquier empresa identificar el impacto de posibles pérdidas y definir planes viables de recuperación.

## 27

### ASÍ PUEDES TRAZAR TUS METAS FINANCIERAS

## 30

### OPORTUNIDAD A LA VISTA

liderar en la incertidumbre.

## 34

### MERCADEO DIGITAL, EL ALIADO DE TU NEGOCIO

## 38

### ¿USAS BIEN LOS DATOS PERSONALES?

## 42

### CENTRO DE PROTECCIÓN DIGITAL, A TU SERVICIO

**Fuentes:** Christian D. Rivera A., Daniel A. González S., José A. Betancur M., Juan C. Gómez C., María A. Bernal R., Silvia J. Castro D., Ricardo A. Pabón M., Xiomara Monsalve M., Liliana M. Patiño R., Alejandro Duque Ch., Sebastián Gaviria L., Xiomara Monsalve M., Diego A. Castro P., Sebastián A. Suárez G., Edison Flórez T., Ana María Bustamante M., Alejandro Duque Ch.

**Fotografía:** www.gettyimages.es, Didácticos Pinocho, Interamerican WARE S. A. S.

## PERSEVERAR NOS GENERA ESPERANZA



*"Es tiempo de no detenernos, de trabajar unidos, de hacer valer la empatía, de servirnos unos a otros, de ser auténticos y apasionados".*

JUANA FRANCISCA LLANO CADAVID  
Presidenta Suramericana

Ser la hija de Luis Bernardo y Clemencia, dos diseñadores y empresarios del sector de la transformación y manufactura del cuero, y estar casada con Juan Luis, un empresario floricultor, me ha permitido tener una sensibilidad para comprender cómo son, piensan y sienten los empresarios pymes de nuestro país. Caminar y crecer junto a ellos me ha ayudado a entender cuáles son sus retos, las preguntas que se hacen, y ver con admiración su creatividad infinita y recursividad en todo momento.

Hoy, cuando pensamos desde SURA en las empresas, buscamos entregarles bienestar y competitividad sostenibles, a través de la gestión de tendencias y riesgos; y es ahí donde nace Empresas SURA, una plataforma que pone a su disposición conocimiento y múltiples herramientas para que tengan capacidades adecuadas ante los retos que plantea el entorno.

A través de nuestros especialistas hacemos un análisis completo de su empresa, identificamos lo que debe potenciarse y hallamos las oportunidades para trazar una ruta a fin de fortalecerse. Nos hemos propuesto que esa búsqueda de la competitividad pase por valorar su modelo operativo, la gestión del talento humano, la comprensión del entorno y la mejora de su oferta, el conocimiento del mercado, la claridad frente a la legislación, la transformación digital segura, una buena gestión financiera y la construcción de una red de alianzas.

Sabemos que las empresas tienen que abordar sus retos con adaptación, flexibilidad y con una adecuada lectura del entorno, así que buscamos optimizar sus capacidades para que estén cada vez más preparados. Somos parte de ese ecosistema que los impulsa en tiempos de altas demandas y exigencias, pero también de oportunidades.

Aunque hoy la pandemia nos pone en un escenario de desafíos, también nos muestra que vale la pena perseverar, conectarnos con otros.

Por eso la invitación es a abordar esta coyuntura con decisión. Miremos al pasado y recordemos todos los desafíos que hemos superado, cultivemos la confianza en nuestro talento humano, en nuestra intuición, en la capacidad de adaptarnos y transformar los negocios para que perduren.

"Hacer empresa es buscar oportunidades de una manera constante, es establecer y potenciar conexiones, es perseverar con esperanza".

## COMPETITIVIDAD PARA SER SOSTENIBLES



- Conoce cómo le entregamos bienestar, competitividad y sostenibilidad a las organizaciones por medio de **Empresas SURA**, un aliado en tu gestión.





## La visión 360° de los empresarios

En Empresas SURA conocemos a las organizaciones desde seis campos de acción y los gestionamos entregándoles capacidades para que sean competitivas.

Estar al lado de las empresas para que las cosas buenas pasen, eso es lo que queremos en Empresas SURA, pues entendimos que nuestros clientes necesitan de nuestra compañía no solo cuando tienen un evento adverso, sino para alcanzar logros y éxitos en el camino a la competitividad. Por eso nos convertimos en sus ojos, para ver qué están haciendo otras empresas en el mundo para resolver sus desafíos y anticiparse a los riesgos. Así, miramos más allá, entendemos las tendencias y les entregamos herramientas para que puedan anticiparse y prepararse en seis campos de acción. De esta manera lo hacemos.

### TALENTO HUMANO



Lo más importante de tu negocio es tu gente. Eso está muy claro. Por eso, la buena gestión de las personas, saber qué necesitan tus colaboradores para estar bien, contar con los perfiles requeridos para tu negocio y atraer y fidelizar el talento humano, entre otras acciones, te permitirán ser competitivo y sostenible.



**Te ayudamos a resolver preguntas como:**

- **Diseño organizacional:** ¿cuántos empleados necesito?, ¿cuáles son sus roles y perfiles?, ¿cómo debe ser la estructura de mi empresa?, ¿cuáles son los cargos críticos?
- **Atracción y selección:** ¿dónde encuentro el talento humano?, ¿qué debo tener en cuenta a la hora de seleccionar un colaborador?, ¿cuáles pruebas de selección debo aplicar?, ¿cómo valido las competencias y los conocimientos?
- **Formación y desarrollo:** ¿cuáles son los conocimientos que requiere cada cargo?, ¿cuáles necesitan mis colaboradores para estar conectados con el entorno?, ¿cuál es el conocimiento crítico de mi empresa y cómo debo cuidarlo?
- **Compensación y beneficios:** ¿cómo ser atractivo en el mercado laboral?, ¿cuáles son las expectativas de mis empleados?, ¿qué incentivos y esquemas de remuneración debo usar?, ¿cómo debo reconocer las individualidades en los planes de beneficios?
- **Salud y seguridad en el trabajo:** ¿cuál es la normatividad vigente?, ¿la estoy cumpliendo?, ¿cuáles son sus factores de riesgo y cómo los debo gestionar?
- **Nómina y contratación:** ¿qué tipo de contratos tengo y cómo los estoy gestionando?, ¿estoy haciendo bien los aportes a la seguridad social?, ¿qué es un proceso disciplinario y cómo lo gestiono?
- **Ambientes de trabajo:** ¿cómo puedo mejorar el clima laboral y el ambiente de trabajo en mi empresa?, ¿cómo mido lo que hacen mis colaboradores?, ¿cómo fluye la comunicación?, ¿cómo es el liderazgo?, ¿qué sienten mis empleados?

### TECNOLOGÍA Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Conocer los avances tecnológicos te permite entender las posibilidades y oportunidades para mejorar la oferta de valor de tu compañía.

**Te ayudamos a resolver preguntas como:**

- **Soluciones y herramientas:** ¿cuáles son las herramientas que necesito para ser más eficiente?, ¿necesito crear un área para manejar los temas tecnológicos o es mejor contar con un proveedor?
- **Estrategia digital:** ¿qué canales digitales necesito para comercializar mis productos o servicios?, ¿qué estrategia debo desarrollar para potenciar mi marca?, ¿qué redes sociales necesito?
- **Manejo de la información:** ¿cómo debo obtener los datos de mis clientes, analizarlos y manejarlos?, ¿qué herramientas necesito para proteger la privacidad de mi empresa?
- **Seguridad:** ¿qué mecanismos debo tener para proteger la información confidencial?, ¿cómo debo cuidar mis datos?
- **Infraestructura de los recursos tecnológicos:** ¿cómo están hoy mis recursos tecnológicos y cuándo debo actualizarlos?, ¿qué plan B debo tener si mi tecnología falla?



¿Por qué es importante para tu empresa?



¿En qué temas te acompañamos?



Escanea el código para conocer los CINCO campos de acción de Empresas SURA son el resultado de los análisis del entorno y las tendencias.

## GESTIÓN FINANCIERA



Puedes tener una muy buena estrategia, el talento humano adecuado, haber estudiado el mercado y los proveedores, pero sin una adecuada gestión financiera no se pueden materializar los planes de tu empresa.

## MERCADO

Porque es en el entorno donde encontrarás las oportunidades para crecer, repensarte y anticiparte. Tu tarea, además de entender a los consumidores y mercadear tus productos y servicios, es identificar y analizar las variables que inciden en la toma de decisiones.



Te ayudamos a resolver preguntas como:

- **Gestión de liquidez:** ¿lo que ingresa es suficiente para cubrir mis egresos?, ¿debo acudir a financiación de terceros para cubrir los gastos?, ¿cómo debo hacer el seguimiento a los ingresos y a los gastos?
- **Planeación financiera:** ¿cómo debo potenciar el ahorro?, ¿cómo puedo ser más rentable?, ¿qué necesito para alcanzar el punto de equilibrio?
- **Gestión contable y tributaria:** ¿cuáles son las normas que me regulan?, ¿las estoy cumpliendo?, ¿qué riesgos pueden comprometer la continuidad de mi empresa?
- **Gestión integral de la cartera:** ¿tengo buenas políticas de crédito?, ¿manejo bien los descuentos por pronto pago?, ¿cómo puedo gestionar mejor las cuentas por cobrar y pagar?
- **Transferencia de riesgos:** ¿cómo debo constituir reservas?, ¿cómo debo analizar los indicadores y las variables de la economía?

Te ayudamos a resolver preguntas como:

- **Estrategia:** ¿qué valor tiene la oferta de mi empresa?, ¿qué tan valorada es por los clientes?, ¿cuál es el tamaño de mi mercado?, ¿cuáles son mis retos?, ¿en qué estoy innovando?, ¿conozco a mis competidores?, ¿cómo defino mis precios?
- **Conocimiento del entorno:** ¿cómo debo observar el entorno y leer las señales?, ¿qué fuentes de información debo consultar?, ¿cuáles son los retos de mi sector?, ¿ha cambiado el comportamiento de mi consumidor?
- **Propuesta de valor:** ¿mi propuesta de valor me hace diferente a mis competidores?, ¿la estoy comunicando a mis grupos de interés?, ¿mis productos o servicios son fáciles de copiar por otros?, ¿son relevantes para mis clientes?
- **Experiencia del cliente:** ¿qué tan satisfechos están?, ¿cómo debo medir su satisfacción?, ¿estoy haciendo bien mi servicio posventa?, ¿cómo recibo las quejas?
- **Marca y reputación:** ¿estoy comunicando bien mi marca?, ¿sé qué dicen de ella en redes sociales o en el voz a voz?, ¿mis clientes me recuerdan?



¿Por qué es importante para tu empresa?



¿En qué temas te acompañamos?



Escanea el código y Conoce todas las opciones que tenemos para tu empresa.

## LEGAL



Existen leyes y normas que regulan la relación entre tu empresa y el entorno. Por eso, las decisiones que tomas deben ser revisadas constantemente, teniendo en cuenta que la regulación también se adapta a los cambios.

## MODELO OPERATIVO

Porque es en este escenario donde se materializa la producción de bienes o servicios de tu negocio.



Te ayudamos a resolver preguntas como:

- **Societario:** ¿el tipo de sociedad que tengo constituida refleja la realidad de mi empresa?, ¿cómo debo establecer los protocolos internos para la protección de los bienes?
- **Laboral:** ¿mis contratos están bien hechos?, ¿cómo estoy haciendo las liquidaciones y el pago de aportes?, ¿qué me permite la regulación para adoptar nuevas formas de trabajo y nuevas relaciones laborales con mis empleados?
- **Gestión civil y comercial:** ¿cómo están mis contratos con los clientes y proveedores?, ¿estoy cumpliendo con las exigencias de los entes reguladores?
- **Intangibles, información y consumo:** ¿estoy cuidando mis activos intangibles como marca, reputación, propiedad intelectual?, ¿tengo una buena política de datos personales?, ¿estoy respetando los derechos de mis consumidores?

Te ayudamos a resolver preguntas como:

- **Procesos y modelo de negocio:** ¿respondo a las necesidades de mis clientes y del entorno con el modelo de negocio que tengo hoy?, ¿mis colaboradores conocen los procesos, los siguen y los cumplen?, ¿le apuntan a la sostenibilidad de mi empresa?
- **Gestión de activos:** ¿cómo debo proteger mis activos intangibles y tangibles para que mi negocio tenga las condiciones para seguir operando?, ¿cuáles son esos activos que más debo cuidar?
- **Cadena de abastecimiento:** ¿debo mejorar mi relación con proveedores?, ¿cómo está mi proceso de abastecimiento en todas sus etapas?
- **Entorno social:** ¿me estoy relacionando bien con mis públicos de interés?, ¿qué planes debo tener si mi empresa se ve afectada por el orden público?



¿Por qué es importante para tu empresa?



¿En qué temas te acompañamos?





## Empresas SURA, paso a paso

Nuestras puertas están abiertas y nuestro equipo de expertos listo para acompañarte en la tarea de fortalecer tu negocio. Te explicamos cómo lo hacemos.

### Empresas SURA está en Latinoamérica.

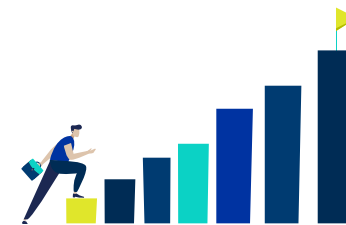
Para asegurarnos de que como empresario puedas seguir alcanzando, sosteniendo y potenciando tu relevancia en el mercado, creamos una plataforma regional para acceder a información de gestión de tendencias y riesgos, como:

- Servicio de geolocalización para empresarios.
- Comunidad Empresas SURA.
- Observatorio de tendencias de empresas.
- Curso gratuito de mercadeo digital.

En esta plataforma encontrarás información para empresas en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, El Salvador, México, Panamá, República Dominicana y Uruguay.

### PASO 1

#### La llegada



Hay dos maneras de que tu negocio llegue a Empresas SURA: que tu asesor SURA te recomiende nuestros servicios o que tú, directamente, toques nuestras puertas. Y ambos caminos son muy fáciles y eficientes.

### PASO 2

#### La primera conversación



Sabemos que las empresas, como las personas, tienen cada una un mundo distinto. Por eso, nuestro primer encuentro es una conversación en la que conocemos el desempeño de tu negocio, reconocemos lo que estás haciendo bien y encontramos nuevas oportunidades para trazar un plan.

### PASO 3

#### La hoja de ruta



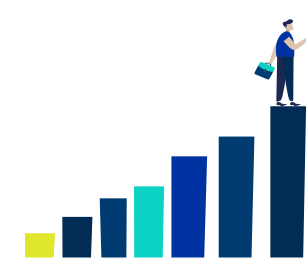
Elaboraremos un plan de trabajo que desarrollaremos, mediante las asesorías y el acompañamiento integral de nuestros expertos. Además, te entregamos las herramientas para que tú y tu equipo de trabajo desarrollen las competencias necesarias para ser sostenibles.



Escanea el código. Ingresas a la plataforma, seleccionas **Competitividad Empresarial** y encontrarás más información de interés para tu empresa.

### PASO 5

#### El seguimiento



Unas semanas después nos encontramos de nuevo para hacer seguimiento a la hoja de ruta definida y, con los resultados obtenidos, definimos juntos los nuevos retos a trabajar.

### PASO 4

#### Los accesos



Para seguir adelante con el plan de tu negocio, necesitarás a otros actores aliados a Empresas SURA. Con ellos tendrás acceso a servicios de calidad, alineados con tus necesidades, que te permitirán implementar tu plan de acción y así hacer que las cosas pasen.



**ALEJANDRO DUQUE**  
Sociólogo, líder del  
Observatorio de Tendencias,  
Seguros SURA Colombia.

# LAS DOCE CARAS DEL CONSUMIDOR EN TIEMPOS DE PANDEMIA

Las actividades de consumo han evolucionado, adaptándose a la situación actual. Te presentamos algunos perfiles de comportamiento que revelan los consumidores para que, como empresa, puedas ofrecer las soluciones que necesitan.



## ASÉPTICO

Es estricto con las medidas de bioseguridad. Su consumo se determina por la garantía en las medidas de cuidado. **Necesita:**

- Que las marcas tengan protocolos estrictos.
- Disponibilidad de productos de limpieza y desinfección.
- Espacios higienizados y debidamente señalizados.



## DIGITAL

Ha potenciado y desarrollado habilidades digitales durante la crisis como mecanismo de satisfacción de sus necesidades sociales, económicas y emocionales. **Necesita:**

- Conectividad constante.
- Canales de interacción fluidos y claros.
- Que las marcas lo involucren en sus narrativas.



## EN TENSIÓN

Intenta buscar culpables, acrecentando emociones adversas como la xenofobia o las polarizaciones políticas. **Necesita:**

- Mecanismos de expresión.
- Fuentes claras de información.



## CONSUMIDOR LIMITADO

Siente impotencia porque tiene limitaciones físicas o logísticas para adquirir bienes y servicios a los que estaba acostumbrado, que hoy pueden ser de primera necesidad. **Necesita:**

- Facilidad de acceso a productos y servicios.
- Diversificación en las formas de pago.
- Canales de información y atención de las marcas para solucionar inquietudes.



## MODERADO

Ha reducido sus gastos, priorizando un consumo por necesidad y no por gusto. Se anticipa a una posible extensión temporal de la crisis y aplaza planes de compra. **Necesita:**

- Equilibrio entre precio y calidad.
- Información clara sobre el panorama económico.



## VULNERABLE

Tiene condiciones preexistentes o detonadas por la crisis, como violencia de género, enfermedades mentales y adicciones, que durante la pandemia se agudizaron y llevaron a que se acentuara su condición de vulnerabilidad. **Necesita:**

- Acceso diferencial e integral.
- Cercanía en la comunicación.
- Dignidad en el trato, ser visto más allá de sus circunstancias.



## CON MIEDO

Se siente desorientado con la incertidumbre del momento y toma decisiones impulsadas por la emoción, disminuyendo o acelerando su consumo. **Necesita:**

- Información clara y confiable, que le permita mitigar su ansiedad.
- Acompañamiento en la toma de decisiones.



## DEPENDIENTE

La disminución de sus ingresos ha hecho que sea dependiente de ayudas del gobierno, la sociedad civil o el sector privado. **Necesita:**

- Medidas que mitiguen sus problemas económicos.
- Prórrogas, congelaciones y refinanciaciones.



## CONSCIENTE

Se moviliza por la conciencia ambiental. Consume causas, más que productos y servicios. **Necesita:**

- Sentir que sus acciones aportan a la solución de la crisis.
- Garantías de que los procesos de producción son responsables.
- Transparencia y coherencia por parte de las marcas.



## INCONFORME

Piensa que los efectos negativos de la pandemia lo afectan de manera especial y evalúa las intervenciones del Gobierno como injustas e inequitativas. **Necesita:**

- Acceso a la atención y la información.
- Ser tratado con paciencia y comprensión.



## RECURSIVO

Ha buscado y adoptado nuevas maneras de satisfacer sus necesidades. Ha desarrollado nuevas destrezas que posiblemente conservará por más tiempo. **Necesita:**

- Varias opciones de acceso a los bienes y servicios.
- Información completa sobre los atributos en los productos.



## SIN CAPACIDAD DE COMPRA

Tuvo una disminución en sus ingresos, lo que puede afectar la satisfacción de sus necesidades básicas o gastos fijos. **Necesita:**

- Facilidades de pago, financiación, auxilios o préstamos.
- Diferentes alternativas con productos básicos.



## ÁGILES Y FLEXIBLES, ASÍ SON LOS NUEVOS MODELOS DE TRABAJO



- **Es tiempo de cambio y adaptación.** Te contamos sobre los nuevos modelos de trabajo y sus oportunidades de transformación empresarial.



**SILVIA JULIANA CASTRO**  
Especialista del diseño de talento humano,  
Empresas SURA Colombia.



**SEBASTIÁN GAVIRIA**  
Especialista en tecnología,  
Empresas SURA Colombia.



**RICARDO ALEXANDER PABÓN**  
Especialista en tecnología,  
Empresas SURA Colombia.

Andrés Silva es un líder que deposita la confianza en sus equipos y cree en la efectividad de la autonomía de trabajo. Se preocupa por los resultados y no por la cantidad de tiempo que se invierte en un proceso. Esa mentalidad le permitió a Try My Ride, su empresa, adaptarse a las nuevas dinámicas del entorno. Se trata de un sistema de movilidad sostenible y colaborativa que integra diferentes medios de transporte en una solución amigable con el medioambiente. Tiene empleados en diferentes ciudades, así que, desde antes que empezara la pandemia, implementa estrategias de trabajo flexible.

La situación económica que atraviesan muchas empresas, provocada por el virus responsable del COVID-19, ha implicado la toma de medidas urgentes, como cierres temporales, disminución de empleos o cambios en su actividad productiva. Desde el talento humano, como en el caso de Try My Ride, tu prioridad actual debe ser cuidar la salud y el bienestar de las personas, sin olvidar la viabilidad de tu propósito empresarial. El reto que tienes es minimizar el impacto de la crisis, teniendo en cuenta las consecuencias inmediatas y a largo plazo. En ese sentido, se presentan nuevas tendencias de trabajo que dan cuenta de los procesos de adaptación del talento humano.



### TRABAJO REMOTO

La transformación digital y las tecnologías se revelan como factores necesarios para entrar a una "nueva normalidad". Si el trabajo remoto te genera incertidumbre por no saber qué están haciendo tus empleados, no te preocupes, hay muchas herramientas tecnológicas que te pueden ayudar a mantener un contacto fluido entre todos los equipos. Te presentamos algunos ejemplos que puedes usar de manera gratuita o por suscripción. Eso sí, antes de comprar alguna, estúdiala y analiza si se ajusta a tus necesidades para adecuar la tecnología a la empresa:

- **Slack.** Te permite tener una comunicación en tiempo real y hacer un seguimiento constante a todos los proyectos pendientes. Se acomoda muy fácil a tus objetivos, porque puedes asignar tareas, comentar los procesos y citar a reuniones.
- **Evernote.** Te posibilita hacer un seguimiento sin tener que estar conectados constantemente y te ayuda a establecer prioridades. Así, nada se te pasa por alto.
- **Trello.** Funciona como un tablero gigante de notas. Puedes tener un registro de lo que tienes que hacer, lo que estás haciendo y lo que has terminado.
- **Google Suite.** Reúne correo, plataformas para compartir documentos (Drive), hacer videollamadas, tener chats y llevar una agenda.
- **Office 365 de Microsoft.** Lo tiene todo: seguimiento de proyectos por tableros, chats, correos, videollamadas (Teams), calendario y demás.

## EMPRESAS FLEXIBLES

La jerarquía se reemplaza por liderazgos horizontales y la toma de decisiones no depende de una sola persona, sino que se tiene en cuenta a todo el equipo. Para algunas tareas, que requieren un conjunto de conocimientos distintos, las empresas han adoptado el trabajo compartido. Ahora se ha facilitado, pues al trabajar desde casa las personas pueden organizar su tiempo para hacerlo en los momentos de mayor productividad.

Una buena opción para fomentar la creación colaborativa en tus equipos de trabajo es implementar metodologías ágiles. Estas se caracterizan por:

- **Adaptar la forma del trabajo a las condiciones del proyecto.** No hay una fórmula mágica para establecerlo, parte del ensayo y el error. Pierde el miedo a equivocarte, lo importante es que identifiques el fallo y no lo repitas dos veces.
- **Permiten al equipo conocer el estado de todos los proyectos.** Así, se negocian los compromisos y se llegan a acuerdos claros.
- **Facilitan la medición de los avances de los procesos.** Al tener un seguimiento de las tareas realizadas y de las pendientes, puedes saber en qué puntos debes mejorar la productividad del equipo.

Ahora hablamos de un nuevo empleado: el 3.0; ya no convive en el mismo espacio de su empresa, sino que realiza sus funciones de manera remota y cumple objetivos específicos, lo que te permite capturar talento desde cualquier parte del mundo.

## UNA SOLA VIDA

Las fronteras entre lo personal y lo laboral se desdibujan al estar siempre conectados. Ahora se puede trabajar desde cualquier parte, gracias a la tecnología, con la opción de tomarse un descanso en cualquier momento. En ese sentido, es importante que, como empresa, te intereses por la salud y bienestar emocional del talento humano. Propón espacios de pausas activas, ejercicios de autodescubrimiento y momentos de reconexión con el ser; además, promueve la adquisición de hábitos de alimentación saludable.

Adaptarse al contexto no significa comprar muchas herramientas tecnológicas y ya. Tu empresa necesita de ti y de tu acompañamiento. El éxito de una transformación depende de los procesos de capacitación, tanto tuyos como de tus colaboradores.



## HÁBITOS PARA MANTENER LA SALUD FÍSICA Y EMOCIONAL

Comparte estos hábitos saludables con tu equipo para el cuidado durante el teletrabajo.

- 1 Regula la cantidad de noticias que consultas y hazlo en momentos del día establecidos. Infórmate con fuentes confiables.
- 2 Mantén tus redes de apoyo y contención emocional. La socialización es importante en la regulación del estado de ánimo.
- 3 Establece una rutina. Levántate, organízate, dispón de un espacio adecuado para trabajar y traza unos objetivos, con un listado de tareas que puedas alcanzar en tu día.
- 4 Realiza pausas activas. Estira tus piernas, descansa tu mente y respeta tus tiempos de comida.
- 5 Separa las tareas domésticas de las laborales.
- 6 Dedica un espacio en tu día para ejercitarte.
- 7 Cierra la oficina virtual al terminar la jornada. Desconéctate y aplaza los asuntos que no sean urgentes para el día siguiente.
- 8 Mantén tu horario de sueño.



## APRENDIENDO A APRENDER

Lo que está vigente hoy puede ser obsoleto mañana. La experiencia y el potencial de crecimiento son fundamentales. El aprendizaje a demanda crea la necesidad de que las compañías se esfuercen por capacitar a sus empleados de manera rápida. Sugiere a cada miembro de tu equipo que reserve 20% de su tiempo laboral para mejorar sus habilidades, para cumplir con lo que el mercado exige en cada momento. Desarrolla una cultura de autoaprendizaje y diseña una estrategia dentro de tu ecosistema: empresa, redes, instituciones de formación y comunidades.

Gracias a la asesoría de Empresas SURA, Try My Ride entendió el valor del talento humano y su importancia en su visión estratégica y se ha preocupado por tener una medición del desempeño de sus empleados. ¿Cómo lo han hecho? Elaborando un esquema de competencias: saber qué se espera de cada persona, con unos indicadores establecidos para cada perfil. Esto les ha permitido garantizar la productividad y darle continuidad al negocio. ¿Cómo se mide en la cotidianidad? Cada semana hacen dos videollamadas programadas por equipos. Una al inicio, que llaman *check in*, en la que se asignan tareas y responsables; y una al final, *check out*, en la que determinan si se alcanzaron y si hubo algún inconveniente en el proceso.

Andrés Silva siempre ha valorado tener una cercanía con sus colaboradores y su gran reto durante los últimos meses ha sido mantener el contacto desde la virtualidad con las 21 personas que trabajan a su lado. Para hacerlo, ha procurado mantener conversaciones aleatorias con todas las personas para hablar de temas diferentes al trabajo y hacerles saber que él sigue estando ahí. A veces almuerzan todos juntos por videollamada para fortalecer las relaciones. "Esto les activa su sentido de pertenencia, saber que hacen parte de un equipo", menciona Andrés.

Para fomentar la tranquilidad en estos tiempos de incertidumbre comunica con transparencia el estado actual de la empresa, por medio de una reunión mensual, y atiende las inquietudes que tengan las personas. Además, para mantener el equilibrio entre lo laboral y lo personal establecieron, entre todos, límites de desconexión.

## NUEVAS HABILIDADES Y COMPETENCIAS

**Nuevos tiempos requieren nuevas capacidades para afrontar los retos profesionales. Algunas habilidades que debes reforzar en tus equipos de trabajo son:**



**Se resiliente.** En épocas de crisis, la resiliencia te ayudará a afrontar, de manera firme y anclada a la realidad, los cambios que se presenten. Dentro de tu equipo de trabajo permite tener emociones intensas sin huir de ellas, facilita el pensamiento práctico y constructivo, y mantén el optimismo. Puedes hacerlo en las reuniones grupales o, si puedes, por medio de una llamada personal.



**Gestiona tu equipo desde la productividad.** Para que tu equipo de trabajo sea efectivo, crea rutinas y fomenta hábitos saludables. Con una comunicación fluida logras el compromiso y la unión entre los colaboradores. Ten en cuenta estas recomendaciones:

- **El tiempo es y seguirá siendo escaso.** Implementa buenas prácticas del manejo del tiempo a partir de la priorización de las tareas asignadas.
- **Aprovecha** cada oportunidad para automatizar las tareas más rutinarias.
- **Haz un seguimiento al estado de los proyectos.** El uso de herramientas tecnológicas te puede facilitar esta labor.



**Estimula la creatividad.** Cuando tenemos una mirada creativa, somos capaces de transformar una situación. Implementa prácticas de lectura, escritura libre, actividad física y conversaciones significativas.

# PLAN DE CONTINUIDAD

Una herramienta para anticiparte al futuro.



Sin importar si tu empresa es grande, mediana o pequeña, en cualquier momento puede enfrentarse a un evento de riesgo o crisis que interrumpa su operación. Por eso, es necesario protegerse con procedimientos que te permitan **responder y actuar de la mejor forma** para restablecer las actividades.



**EDISON FLÓREZ TAMAYO**  
Director Administración de Riesgos,  
Regional Centro, Seguros SURA Colombia.

**Hablar de la continuidad del negocio implica tratar con la interrupción, la incertidumbre y el cambio de una manera clara, coherente y con los recursos adecuados. Contar con un plan de continuidad permite a cualquier empresa identificar el impacto de posibles pérdidas y definir planes viables de recuperación.**

Las compañías están expuestas a múltiples riesgos, cada vez más complejos e interconectados. Y si no nos preparamos con una adecuada gestión, tanto desde lo corporativo, las unidades operativas y en las áreas transversales (talento humano, tecnología, financiera, legal, mercado), así como desde las capacidades y fortalezas internas, es probable que cuando ocurra un evento el impacto sea tan fuerte que ponga en riesgo la continuidad, la competitividad y la sostenibilidad de tu compañía.

Gestionar la continuidad del negocio le permite a tu empresa aumentar la capacidad de resiliencia frente a cualquier evento negativo que pueda afectar el cumplimiento de tus objetivos claves. Para hacerlo, debes disponer de herramientas, esfuerzos y desarrollar un marco de gobierno en la organización que incluya: la creación de políticas, la planificación de actividades, la definición de roles, las responsabilidades, los procedimientos, las buenas prácticas, los procesos y la asignación de recursos para trabajar dentro del marco definido.

Si no cuentas con un plan de continuidad formal, que incluya el plan de gestión de continuidad, el de crisis, el de emergencias y un plan de respuesta, es probable que en un evento de riesgo tu negocio, marca y reputación puedan quedar expuestos o verse afectados. Por eso, es clave estar siempre preparado con un protocolo de actuación para poder anticiparse, saber cómo responder y reestablecer las actividades de la empresa.

Si te preguntas: ¿sobrevivirá mi negocio a un evento de interrupción, está preparado, por dónde debo empezar?, tranquilo. A continuación te presentamos una breve guía con los pasos a seguir para diseñar un plan de continuidad de negocio.



### PARA QUÉ LE SIRVE A TU EMPRESA TENER UN PLAN DE CONTINUIDAD

- 1 Para prevenir o minimizar las pérdidas en caso de desastre.
- 2 Asignar recursos de manera más eficiente para el tratamiento de los riesgos.
- 3 Garantizar el cumplimiento de los compromisos adquiridos con socios, contratistas, proveedores y clientes.
- 4 Dar mayor estabilidad en las operaciones entre empresas al disminuir los riesgos asociados a proveedores.
- 5 Garantizar tasas de productividad acordes con las expectativas del negocio.
- 6 Crear una dinámica organizacional que permita superar las crisis, descubrir nuevas formas de hacer las cosas y reinventarse para hacer frente a los cambios.
- 7 Incrementar la confianza mutua entre empresas del mismo sector.
- 8 Aumentar las posibilidades de mantenerse activo en el mercado; es decir, con las condiciones para alcanzar, sostener y potenciar su relevancia sin perder su competitividad y sostenibilidad.



### PASO 01 | CONFORMAR UN COMITÉ DE CONTINUIDAD Y DE MANEJO DE CRISIS

Cuando en tu compañía se presente un evento de riesgo que interrumpa la operación o una crisis (una situación anormal o extraordinaria que tiene la capacidad de salirse de control y puede amenazar la reputación, la credibilidad y la supervivencia de la empresa), es importante contar con un comité que será el encargado de gestionar y tomar decisiones claves para superar la crisis y la interrupción en la entrega de productos y servicios, y así garantizar la continuidad del negocio.

Este comité debe estar integrado por los directivos y los líderes de cada una de las áreas que pueden tener una contingencia; por ejemplo, comercial, talento humano, tecnología, financiera, legal, mercadeo o comunicaciones. Dependiendo del tipo de empresa y su tamaño, si en tu negocio no hay una persona encargada para estas áreas, puedes buscar asesoría externa.

### PASO 02 | DETERMINAR EL ALCANCE DEL PLAN Y LOS RESPONSABLES DE LIDERARLO

El paso a seguir es que juntos decidan lo que quieren lograr con su plan de continuidad en caso de una interrupción; por ejemplo, reducir el tiempo de recuperación y las probables pérdidas económicas, disminuir el riesgo de errores, recuperar las funciones críticas oportunamente o evitar duplicar esfuerzos, entre otros. Luego, la tarea es la planeación:

- Definan las principales actividades y procesos que ejecutan en la empresa para garantizar la entrega de los productos y servicios.
- Establezcan los roles y responsabilidades en comités para atender la emergencia, los incidentes, la crisis, así como la interrupción de la entrega de productos y servicios.
- Identifiquen dependencias, necesidades y expectativas con los grupos o partes interesadas (clientes, socios, proveedores, organismos públicos y entes reguladores), con relación a la gestión de la continuidad de negocio.
- Determinen la infraestructura física donde se ejecutan las principales actividades e incluyan las que se consideren necesarias en un evento de interrupción.
- Identifiquen los proveedores que son clave para la entrega de productos y servicios, así como para la operación de los procesos prioritarios.
- Definan un plan de capacitación y comunicación para sus colaboradores. Es fundamental que ellos conozcan cómo está la empresa y se comprometan, entre todos, a sacarla adelante.
- Establezcan un presupuesto para la implementación del plan de continuidad.



### PASO 03 | ANALIZAR E IDENTIFICAR LOS RIESGOS DE INTERRUPCIÓN

En este paso la tarea es establecer los procesos o servicios críticos del negocio. Entre otras actividades, deben identificar los riesgos de interrupción mediante el análisis BIA o análisis de impacto en el negocio; este les ayudará a estimar qué podría verse afectado y cuáles serán las consecuencias sobre los procesos y servicios. Adicionalmente, mediante el análisis de riesgos deben identificar y valorar las amenazas, su impacto sobre los activos y la probabilidad de su ocurrencia.

Estas preguntas les pueden ayudar. ¿Qué podría pasar si?:

- Ocurre un desastre, tal como terremotos, grandes incendios, eventos de riesgo global (olas de calor extremas, pandemias, ataques cibernéticos, recesión económica).
- Se presentan retrasos por fuera de lo previsto durante el proceso logístico de materias primas o insumos claves.
- Un alto porcentaje de las ventas de tu empresa está concentrada en pocos clientes.



- Existe dependencia con proveedores únicos para adquirir la mayoría de los insumos y materias primas esenciales.
- Se presenta un cambio negativo o repentino en el suministro de servicios públicos.
- Se fugaran los datos o se interrumpiera tu infraestructura física o tecnológica, y no cuentas con seguros adecuados frente a daños en los activos, riesgos de la naturaleza, lucro cesante, responsabilidad civil extracontractual, seguridad de la información o riesgos legales.
- Por temas de urgencia o el momento, un líder toma algún tipo de decisión y modifica todo el esquema que tienes planificado y mapeado.
- Existe ausencia permanente de los líderes claves de la organización y no cuentas con planes de sucesión.
- Adicionalmente, en esta etapa deben identificar las herramientas para llevar a cabo las actividades propuestas para la reactivación y definir los formatos que utilizarán para el levantamiento y presentación de la información.

**En Empresas SURA te acompañamos con formación y herramientas para tu plan de continuidad. Conoce más en [www.segurossura.com/empresas](http://www.segurossura.com/empresas)**

### PASO 04 | DEFINIR LA ESTRATEGIA DE CONTINUIDAD

Esta debe dar respuesta a los riesgos identificados en el paso anterior. Además, deben determinar si, en caso de una crisis o desastre, la empresa tiene la capacidad para recuperar los activos que soportan los procesos críticos en el tiempo necesario. En caso de no ser así, deben establecer las estrategias de recuperación.



### PASO 05 | ELABORAR E IMPLEMENTAR EL PLAN

Después de seguir los cuatro pasos anteriores, ya cuentan con los insumos para definir el plan de continuidad de tu empresa; para hacerlo tengan en cuenta las actividades identificadas en los procesos, las herramientas tecnológicas, los recursos necesarios para garantizar la disponibilidad de los productos y servicios, las líneas de comunicación con los diferentes grupos de interés y la articulación con el plan de respuesta a emergencias.

Además, es importante que:

- Definan una hoja de ruta para la implementación del ciclo de vida de la continuidad de tu negocio.
- Cuenten con el presupuesto aprobado y tengan acuerdos con los aliados estratégicos para activar el plan.
- Monitoreen el desarrollo de las actividades para cumplir con el restablecimiento de la entrega de productos y servicios.
- Determinen acuerdos para operaciones alternas.
- Capaciten al personal de la empresa, establezcan victorias tempranas y entreguen resultados de manera ágil a los colaboradores para fomentar su participación y reconocer su esfuerzo.

## EL COVID-19 Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS



**ANA MARÍA SALAZAR**  
Líder Empresas SURA  
Colombia

Vivimos en una nueva realidad que aceleró muchos cambios en el entorno y demostró que la capacidad de anticiparse y adaptarse es fundamental para ser competitivos. Muchas empresas tuvieron la capacidad de reinventarse y transformarse rápidamente, de ser flexibles. Pero esta capacidad no aparece de un día para otro: tenían un trabajo previsor en el que identificaban los riesgos que las podían afectar y rastreaban las tendencias que hoy les permiten ser competitivos. En pocas palabras: estaban mejor preparadas.

Muchos empresarios creen que nada les va a pasar. Sin embargo, el coronavirus les ha dejado un gran aprendizaje: que los riesgos y los cambios en el entorno son reales. Esta situación les debe servir para ser más previsivos, para tener una posición más activa en anticiparse a los cambios y adaptarse.

La pandemia por el COVID-19 permite visualizar cómo se materializan muchas tendencias y megatendencias: la globalización y densidad poblacional ha generado que el virus esté en todo el mundo. Sin embargo, si lo miramos por el lado positivo, la hiperconectividad ha permitido que sigamos trabajando y estudiando, que la vida siga desde el interior de nuestras casas.

Eso es lo que hacemos en SURA: visualizar el entorno, rastrear las tendencias, gestionarlas para lograr que se materialice el lado positivo del riesgo y, también, estar preparados cuando se concrete su lado negativo.

## PASO 06

### PONER LA EMPRESA EN MODO DE PRUEBA

En esta etapa deben realizar ejercicios y pruebas a los procedimientos y actividades definidas en el plan de continuidad de la empresa para demostrar su eficacia, involucrando a los actores claves internos y externos, así como la capacidad de los equipos para aprender y adaptarse cuando sea necesario.

Nuestra recomendación es realizar pruebas al plan, por lo menos una vez al año, y hacer los ajustes que sean necesarios, teniendo en cuenta los cambios en la operación de la empresa, el entorno y las tendencias. Así podrán enfrentar, de la mejor forma posible, una interrupción en el futuro.

Y tengan presente que, una vez atiendan la situación que genere una interrupción en la operación, deben monitorear la recuperación de los procesos del negocio y los servicios de tecnología que los soportan, así como la capacidad para atender las diferentes necesidades de los clientes y los requerimientos que tengan los demás grupos de interés.

Aunque el concepto de continuidad es uno solo, cada empresa, de acuerdo con el tipo de negocio, al tamaño, al sector, a la zona geográfica donde está, debe implementar el plan de continuidad a su medida para asegurar que responda y se recupere frente a cualquier tipo de incidente. No hay una talla única ni una metodología estándar, cada organización define cómo hacerlo.

**El comité de continuidad y manejo de crisis debe estar integrado por los directivos y los líderes de cada una de las áreas que pueden tener una contingencia. Dependiendo del tipo de empresa y su tamaño, si en tu negocio no hay una persona encargada para estas áreas, puedes buscar asesoría externa.**

## ASÍ PUEDES TRAZAR TUS METAS FINANCIERAS



- Definir un estado ideal, una meta, un propósito y el plan que vas a emprender para alcanzarlo, son **el punto de partida para hablar de sostenibilidad.**

No importa qué tan ambiciosas sean tus metas: si hay una planeación cuidadosa detrás de estas, será mucho más fácil alcanzarlas.

Te damos algunas recomendaciones para que pongas en práctica en tu negocio a la hora de definir las metas financieras a corto, mediano y largo plazo.



**DIEGO ANDRÉS CATRO**  
Especialista en gestión financiera,  
Empresas SURA Colombia.



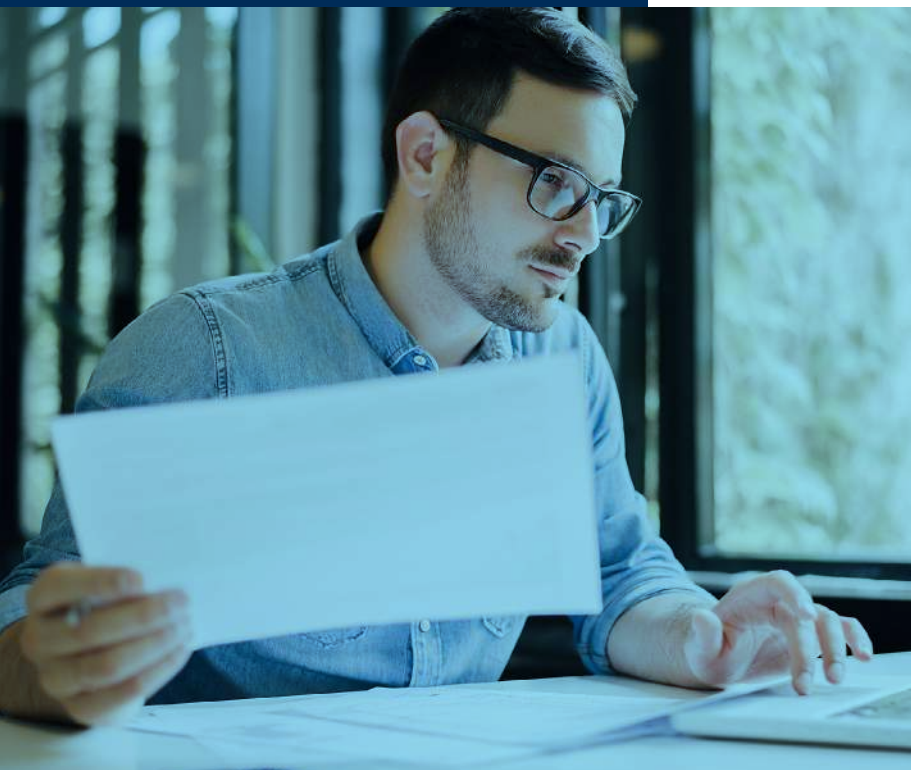
**SEBASTIÁN ALEXANDER SUÁREZ**  
Especialista en gestión financiera,  
Empresas SURA Colombia.



## EN EMPRESAS SURA TE ACOMPAÑAMOS

Si tu negocio necesita establecer sus metas financieras, te acompañamos a hacerlo en tres etapas:

- 1 Descubrir los retos que enfrenta tu empresa y cómo tu situación financiera se ve impactada por esta realidad. Esto lo reflejan las cifras y los indicadores financieros que se obtienen a partir de estas.
- 2 Soportados en la realidad de tu negocio, te apoyamos para que puedas trazar tus metas financieras y logres transformar la situación actual de tu empresa.
- 3 Identificamos juntos las acciones y los planes de trabajo que pueden encaminarte a tus metas. Para el desarrollo de estos planes te conectamos con una oferta de servicios, propios y de aliados, que facilitan su cumplimiento.



## TEN EN CUENTA LOS DATOS HISTÓRICOS

Revisa el comportamiento que han tenido los ingresos, los costos, los gastos y las utilidades para poder proyectarte al futuro. Esto hace parte de tu historia, tus orígenes y evolución, además da cuenta de los esfuerzos que has hecho para llegar a donde estás hoy y es determinante para que las metas que te plantees sean coherentes.

Asimismo, te permite ver qué tanto se ha visto impactada tu empresa por factores del entorno. Cuando revisas la dinámica que tuvo en el pasado y la comparas con la del sector, la de los competidores y hasta con la del país, puedes evidenciar cómo aplacarte o protegerte ante un entorno cambiante.

## TRAZA TUS METAS FINANCIERAS DE MANERA INTERDISCIPLINARIA

Las metas financieras son el resultado de una estrategia que te permite alcanzarlas. Es decir, no es posible trazarse una meta de crecimiento del 20% en ingresos sin tener una estrategia comercial y de mercadeo para lograrla. Por eso, no importa qué tan ambiciosas sean, pues si tienes un plan estratégico que involucre a todos los frentes de la empresa, se pueden cumplir.

## CONSIDERA DIFERENTES PANORAMAS

En situaciones como las que vivimos hoy, por la presencia del coronavirus, validamos que tener todo bajo control no es posible. Por esta razón, te recomendamos "mapear" tres escenarios para anticiparte a los diferentes resultados que puedes obtener en tus indicadores y metas propuestas:

- Uno en el que superes las expectativas de forma positiva.
- Otro moderado, que puede ser el más probable.
- Uno más en el que estés muy alejado de los objetivos.



## HAZ SEGUIMIENTOS MENSUALES

No esperes al cierre del trimestre para evaluar el cumplimiento de las metas trazadas. Para monitorear cómo está la ejecución de cada una de estas, establece indicadores de seguimiento individuales y consolidados. Esto te ayuda a tomar decisiones oportunas para ejecutar acciones encaminadas a cerrar las brechas que identifiques.

## EN SITUACIONES ADVERSAS, REVISA SEMANALMENTE

En condiciones críticas, como las que vivimos hoy por la pandemia del COVID-19, debes hacer el seguimiento de tu situación financiera cada semana. Además, tener en cuenta todos los cambios regulatorios que impacten el desarrollo de las actividades del sector y buscar la manera de que tu empresa se adapte para que no tengas impactos significativos en la generación de ingresos y el recaudo de estos. Además, debes implementar medidas para lograr eficiencias en costos o gastos.

## HAZ FRENTE A LA ADVERSIDAD

Recuerda que la liquidez de tu empresa es determinante, por eso busca qué hacer frente a la adversidad para sobrevivir de manera diferente a como lo hacías. Estas claves te ayudarán a lograrlo:

- Si como compañía no están alcanzando lo propuesto, identifica dónde están las brechas. Tener una información confiable y oportuna es clave para identificar el proceso que requiere intervención y poder ajustar las acciones que sean necesarias. La trazabilidad debe ser la premisa para llegar al punto real que ocasiona la variación.
- Para comunicar a todo el equipo las metas financieras de la empresa, se muy claro, concreto y detallado en lo que quieres, apóyate en objetivos SMART (específicos, medibles, alcanzables, relevantes y temporales) y evidencia en todas las áreas cómo su aporte es significativo para lograr la estrategia. Independiente del rol y las funciones, cada plan de trabajo debe estar encaminado a impactar la meta.



### METAS AMBICIOSAS: SÍ SE PUEDE

Inicia garantizando los mínimos que requiere la empresa para operar, estima el punto de equilibrio y realiza un adecuado seguimiento. Con este panorama podrás pensar en planes a futuro y realizar acciones internas, como eficiencias; o considerar inversiones en proyectos que impacten los indicadores financieros y te acerquen a la meta.

# OPORTUNIDAD A LA VISTA LIDERAR EN LA INCERTIDUMBRE

● Convierte este momento en una oportunidad de **autoconocimiento y aprendizaje** para trabajar de manera remota con tu equipo. Cambia los paradigmas y descubre todo el potencial que tienes como líder. estas claves te ayudarán a lograrlo.



**SILVIA JULIANA CASTRO**

Especialista del diseño de talento humano,  
Empresas SURA Colombia.

El liderazgo es la palanca necesaria para acelerar los cambios positivos del momento y en lo que está por venir. Para impulsar la acción de las empresas ante el COVID-19, debes pasar de un estado mental de crisis a un estado mental de oportunidad.

## ESTABLECE OBJETIVOS CON TU EQUIPO

Tu prioridad debe ser la misión de la empresa, pues esta determina qué es lo más importante para enfrentar la crisis. Ten en cuenta que no podrás controlar todas las variables que se te presenten, por eso debes tomar medidas decisivas con valentía. No permitas que la crisis de ahora te frene para avanzar hacia el futuro. Ten claridad en las tareas que debes realizar, asigna responsables y metas con tiempos claros. Traza un mapa de trabajo que te permitirá identificar las fortalezas de tus colaboradores para saber cómo aprovechar sus talentos. Además, define una forma de monitoreo y medición de los resultados.

*“Independientemente del difícil camino al que te enfrentes, no se va a poner más fácil mañana, así que comienza a actuar hoy”.*

**Daymond John**  
en *Persiste y triunfarás*.

## ENTIENDE EL CONTEXTO Y SUS DINÁMICAS

Las nuevas formas de trabajo en línea te exigen aprender maneras distintas de liderar tu equipo, orientadas a la autogestión y a la autonomía de tus colaboradores. Tu éxito depende de las soluciones creativas que aportes como líder: analiza tus necesidades, empresariales y personales, así como las de tu equipo, pues no todo el mundo vive los hechos de la misma manera. Ten claros estos horizontes: el presente y el futuro, el mediano y el largo plazo.

*“Debemos observar las tendencias a medida que vamos moldeando el futuro y nos vamos moldeando nosotros mismos”.*

**Warren Bennis y Burt Nanus**  
en *Líderes: las cuatro claves del liderazgo eficaz*.

## LIDERA CON EMPATÍA

El nuevo tiempo implica rescatar la confianza y la empatía con tus trabajadores. Es importante que entiendas que todas las personas, desde su singularidad, tienen expectativas diferentes respecto al reto de la conciliación familiar y profesional. Ponte en los zapatos de tus empleados, clientes y otros grupos de interés. Nadie sigue a una persona que busca su propio bienestar: como líder debes trabajar por el bien común, sin dejar de ser racional.

*“La confianza es el fundamento del liderazgo. Para ganar la confianza de los demás, el líder debe ser ejemplo de estas cualidades: competencia, conexión y carácter”.*

**John Maxwell**  
en *Las 21 leyes irrefutables del liderazgo*.



La empatía es un ingrediente fundamental para entender las necesidades de tus empleados. Ellos necesitan confiar en sus líderes, desde su capacidad para satisfacer las necesidades físicas, mentales y relacionales de sus equipos.

### REFUERZA POSITIVAMENTE A TUS COLABORADORES

Aunque muchas veces las tareas dependen exclusivamente de cada persona, otras necesitan especificaciones, tanto de compañeros como de líderes. Pasa de dar instrucciones a direccionar procesos. Eso sí, mantente atento a todas sus dudas e incentivalos a "levantar la mano" cuando algo no les quede claro. A veces una simple llamada puede aclararlo todo. Ten en cuenta:

- **Reconocer públicamente el trabajo bien hecho.** A todos nos alienta sentirnos valorados.
- **Permitir que se equivoquen.** El ensayo y el error es una manera de aprendizaje enriquecedora, siempre y cuando no se cometan siempre los mismos errores.
- **Motivarlos.** En un equipo de trabajo remoto la motivación significa que sus miembros están convencidos de las ventajas que trae dar su mejor esfuerzo. Es importante que hagas una retroalimentación asertiva para mantenerla activa.

*"Comúnmente se utiliza el término 'administración' para describir la totalidad de los procesos por medio de los cuales se definen los propósitos, los valores, las metas y los objetivos de una organización, y la puesta en marcha para alcanzarlos. El término 'liderazgo', en cambio, describe aquellos procesos destinados a cambiar el rumbo y motivar a los seguidores".*

**Fredrik F. García**  
en *Liderazgo: las 10 reglas del éxito.*

### COMUNICA CON TRANSPARENCIA

Toma la vocería de la comunicación con tus empleados para que el mensaje sea claro y no se generen rumores por el voz a voz. Esto evitará que estén ansiosos, con miedo frente a lo que pueda suceder o que se imaginen los peores escenarios posibles por desconocer la información.

Una comunicación asertiva es la clave para inspirar a los otros a seguir adelante. Puedes activar canales de comunicación como videollamadas, de manera regulada, para no comunicar de manera excesiva, pero sí oportuna. Esto implica que dentro de los equipos utilicen herramientas tecnológicas que permitan comunicarse de forma rápida, clara y ordenada. Algunas de ellas son Slack, Evernote, Trello, Google Suite, Office 365 de Microsoft. Escoge la que más se adapte a las necesidades de tu empresa.

*"Los líderes eficaces saben que uno primero debe tocar el corazón de la gente antes de pedirles una mano. Esa es la Ley de la Conexión".*

**John Maxwell**  
en *Las 21 leyes irrefutables del liderazgo.*



### DELEGA RESPONSABILIDADES

Confía en el rendimiento de las personas, aun cuando no las tengas físicamente delante. Depositar la confianza en tus empleados ayuda a mejorar su autogestión. Habrá momentos en los que debas trabajar con ellos y otros en los que permitas que escojan sus propios tiempos de conexión y desconexión.

*"La confianza es el lubricante que hace posible que la organización funcione. Es difícil imaginar una empresa sin una apariencia de confianza que, en una u otra forma, opere en algún lugar".*

**Warren Bennis y Burt Nanus**  
en *Líderes: las cuatro claves del liderazgo eficaz.*



Escanea el código y conoce los beneficios de la flexibilidad empresarial.

### RASGOS PERSONALES DE UN LÍDER EN TIEMPOS DIFÍCILES

- 1 Pensamiento crítico.
- 2 Capacidad para resolver problemas complejos.
- 3 Creatividad.
- 4 Empatía.
- 5 Capacidad de influir en tu equipo.
- 6 Inteligencia emocional.
- 7 Toma de decisiones rápidas.
- 8 Flexibilidad.
- 9 Disposición para el diálogo y la negociación.
- 10 Facilidad para la gestión de personas.

Saber y hacer

## CÓMO IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA DIGITAL PARA TU NEGOCIO



La pandemia y el confinamiento por el coronavirus pusieron a muchas empresas a correr, literalmente. Tuvieron que acelerar su transición al mundo digital, pues entendieron que estar *online* no es una opción, es una necesidad y la **oportunidad para innovar en sus modelos de negocio.**



**ALEJANDRO DUQUE**  
Director SURA+Digital  
Colombia



**ANA MARÍA BUSTAMANTE**  
Especialista de mercados  
Empresas SURA Colombia.

Ofrecerles a tus clientes una excelente experiencia digital te servirá para que te recomienden con otros, realicen recompras, puedas fidelizarlos y que te traigan nuevos consumidores.

### LO QUE DEBES SABER

Lo primero que debes identificar es cuál es tu objetivo o necesidad; para hacerlo es importante que tengas claro lo siguiente:

**¿Qué es lo que quieres?** Aquí debes responder preguntas claves como:

- **¿Cuál es la estrategia y la meta (meta grande y ambiciosa) de tu empresa?** Es a partir de esto que comienzas a construir tu estrategia de mercadeo digital.
- **¿Cuál es tu necesidad o incertidumbre desde la transformación digital?** Por ejemplo, conocer mejor a tus audiencias, saber qué piensan y dicen de los productos o servicios que les ofreces.
- **¿Cuál es tu objetivo digital en el corto y largo plazo y cómo este le aporta a la estrategia de la empresa?** Puede ser dar a conocer tu marca o posicionarla para atraer nuevos clientes e incrementar tus ventas.
- **¿Qué expectativas tienes relacionadas con ventas a través de redes sociales o e-commerce?** Puedes fijar un porcentaje, algo como que el 40% de tus ventas mensuales se den por estos medios.

**¿A quién quieres llegar?** Determina cuál es tu público objetivo. Para hacerlo, considera datos acerca de su comportamiento personal, profesional, digital y qué tipos de dispositivos usan más. Además, es importante que definas si ese público que quieres impactar es el mismo del mundo presencial.

**¿Entiendes tu producto o servicio?** Es importante que valores aspectos como cuáles son tus principales productos o servicios, para qué sirven, con qué frecuencia generan recompra, se pueden vender fácil por internet, entre otros. Todo esto te sirve para enfocar mejor tu estrategia digital.



Escanea el código si necesitas asesoría para emprender tu presencia digital o potenciarla, en Empresas SURA te acompañamos.

**¿Conoces tu mercado?** Aquí el reto es investigar y conocer qué hace tu competencia y qué hacen en el mundo otras empresas de tu categoría. También es fundamental que revises las tendencias. Hazlo a través de herramientas como Google Trends, Google Alerts o siguiendo etiquetas en las redes sociales. Además, analiza los datos y la experiencia de usuario en tu sitio web y en los de la competencia.

**¿Cuáles son los lineamientos de tu marca?** Ten en cuenta:

- **Línea gráfica:** los colores, las tipografías, el estilo, las imágenes, las mascotas o personajes que vas a utilizar.
- **Línea comunicacional:** cuál es el lenguaje, el tono, los personajes.
- **Interacción:** cuáles son los canales de comunicación, los tiempos de respuesta y el responsable de responder.
- **ADN:** cuál es la identidad de tu marca, su personalidad y qué quieres proyectar con esta.



## LO QUE DEBES HACER

### Fase 1. Define tu propuesta de valor

Con las respuestas a las preguntas que te hiciste en lo que debes saber, ahora es más sencillo definir tu propuesta de valor para llegar de manera efectiva a tus públicos. Pregúntate: ¿qué te hace diferente a los demás negocios en el mercado? y ¿de qué forma novedosa puedes resolver el problema o necesidad de tu cliente?

### Fase 2. Determina tus contenidos

A partir de la experiencia de tu usuario y el recorrido *online* que debe realizar para acceder a tus productos o servicios, define qué información necesitas entregarle, cómo puedes generar buenos contenidos, los formatos que vas a utilizar y la frecuencia de las publicaciones.

### Fase 3. Define las plataformas

Hazlo teniendo en cuenta que te ayuden a cumplir las metas de tu negocio y que sean cercanas y amigables a tus clientes actuales y a los nuevos públicos que quieras atraer. Algunas opciones son: sitio web, blog de contenidos, páginas de aterrizaje para captar usuarios o promocionar una campaña, redes sociales, una aplicación, un *ecommerce*.

### Fase 4. Difunde el contenido

No basta con publicar los buenos contenidos. Tienes que darlos a conocer y, para ello, es importante que consideres aspectos como:

- **SEO u Optimización en Motores de Búsqueda** (Search Engine Optimization): a partir de términos y palabras claves le ayudas a los motores de búsqueda (Google, Bing, Yahoo) a posicionar tus contenidos entre los primeros resultados cuando consulten temas relacionados con tu negocio; con la optimización mejoras la visibilidad de tu sitio web.
- Además, para lograr este posicionamiento orgánico, es decir, natural, porque no pagas para aparecer en los primeros resultados de los buscadores, es importante la frecuencia de tus publicaciones, la calidad de tus contenidos, que sean originales y que otros sitios web los vinculen.
- **Envíos:** pueden ser correos electrónicos, mensajes de texto o mensajes a través de WhatsApp. Aquí lo relevante es que sean a bases de datos segmentadas, a públicos específicos que quieras impactar.



- **Anuncios en redes sociales y plataformas digitales:** tener pauta en estos medios te permite estar dónde quieres, tú controlas el presupuesto y decides qué quieres: tener más impresiones (veces que tu contenido se muestra), más alcance (número de usuarios que ven tu publicación), más clics, más visitas a tu sitio. Aunque es clave tener pauta digital, no puedes depender solo de esta, también debes trabajar tu posicionamiento orgánico. Estas son algunas opciones:
  - **Facebook e Instagram:** para contacto directo con clientes (B2C).
  - **LinkedIn:** para contacto con otras empresas (B2B).
  - **Twitter:** es una red de actualidad, para compartir noticias e información relevante del día a día.
  - **YouTube:** para videos estratégicos de la marca; por ejemplo, campañas, paso a pasos, entrevistas relevantes.
 Otras redes sociales son Pinterest, Spotify, Tumblr, TripAdvisor y TikTok; esta última centrada en el entretenimiento.

**Las redes no son una moda. Estar en ellas significa adquirir la responsabilidad con tus clientes y seguidores de generar contenidos de valor que los enganchen. Exigen una buena administración, monitoreo permanente y capacidad de respuesta.**

### Fase 5. Revisa tus métricas

Una de las grandes ventajas del mercadeo digital es que puedes medir todo y a partir de esto hacer ajustes y tomar mejores decisiones. Para esto es importante que establezcas tus indicadores claves de gestión (KPI); es decir, los temas específicos a los que debes hacerle seguimiento constante para cumplir tus objetivos.

Algunos KPI que puedes incluir son: páginas vistas, visitantes únicos, correos abiertos, formularios completados, tasa de rebote (usuarios que entran a tu contenido pero salen inmediatamente), número de seguidores, comentarios, leads generados o usuarios que completan un formulario de solicitud de información, conversiones (veces que se completó la acción que querías; por ejemplo, ventas), entre otros. Todo depende de tus objetivos.

Para analizar estos indicadores utiliza herramientas como Google Analytics y las estadísticas de las redes sociales, que te permiten ver qué está pasando y si los resultados obtenidos sí responden a los objetivos que te planteaste. Ten presente que las cosas siempre pueden mejorar; en mercadeo digital debes probar todo el tiempo para cada vez optimizar tus resultados, es un proceso cíclico.



### UN CURSO DE MERCADERO DIGITAL PARA TU EMPRESA

En SURA hemos desarrollado un curso práctico, rápido y sencillo de mercadeo digital. A través de ocho videos cortos (cinco minutos es la duración máxima) puedes aprender sobre los conceptos básicos del mercadeo digital, sus principales ventajas, a tomar decisiones a partir de datos, a definir tus KPI, entre otros temas.



**Escanea el código para ver el curso con el que podrás responder las preguntas que tienes antes de emprender o potenciar tu presencia digital.**



## ¿YA ERES UN EXPERTO?

**Pon en práctica estas cinco tendencias y lleva tu estrategia de comunicación a otro nivel.**

**Mercadeo eficiente:** genera contenido entretenido e inteligente, y ten en cuenta los datos para agregarle valor a tus audiencias y responder a sus necesidades.

**Nuevos formatos:** atrévete a usar diferentes formatos de contenido y crear publicaciones más creativas; puedes hacerlo a través de TikTok, la red social que permite crear, editar y compartir videos. Usa efectos, filtros, sonidos, texto y otras herramientas para crear publicaciones únicas que muestren la esencia de tu marca.

**Escucha social activa:** presta atención a todo lo que comentan, piensan y sienten de tu marca en los medios digitales. Procesa esta información y utilízala para responder a las audiencias. Algunas herramientas para hacer escuchas son: Mention, Metricool, Socialmetrix, Digi-mind, Talkwalker y Meltwater.

**Mercadeo omnicanal:** diseña estrategias que tengan en cuenta todas las plataformas y canales *offline* y *online* que utiliza tu cliente para llegar a tu marca; es decir, tus redes sociales, tu sitio web, tu tienda física y tu tienda virtual deben estar integradas y responder al mismo objetivo. Esto mejora su experiencia de usuario.

**Fidelización:** para atraer a tus clientes, interactuar con ellos y deleitarlos es clave conocer muy bien lo que quieren y necesitan. Además, para que te recomienden a otras personas asegúrate de brindarles un buen servicio y una experiencia superior.

# ¿USAS BIEN LOS DATOS PERSONALES?



Seguramente **has tenido que tratar con datos de muchas personas** como una de tus medidas frente al Covid-19. Te resolvemos algunas dudas que te pueden surgir frente al tema.



**MARÍA ALEJANDRA BERNAL**  
Especialista legal de diseño,  
Empresas SURA Colombia.



**CHRISTIAN DAVID RIVIERA**  
Analista legal,  
SURA Colombia.



**JUAN CARLOS GÓMEZ**  
Director legal,  
SURA Colombia.

## 1 ¿Sabes qué son los datos personales sensibles?

Son cualquier tipo de información que permita identificar a una persona. Pueden ser públicos, cuando están en los registros públicos; o privados, cuando le conciernen solo al dueño, como su número de teléfono o dirección de residencia. Si esta información puede generar que la persona sea discriminada, hablamos de datos sensibles. Todos los datos de salud son considerados de este tipo, y su protección y administración adecuada es fundamental.

## 2 ¿Qué datos les puedo pedir a mis clientes durante el COVID-19?

Puedes solicitarles aquellos datos que te ayuden a identificar a la persona y hacer un cerco epidemiológico de ser necesario, siempre y cuando expliques cuál es el motivo y pidas una autorización para tratarlos.

## 4 ¿Cómo consigo la aprobación de mis clientes?

Antes de recolectar información personal, le debes comunicar al cliente cuál es el motivo. La manera más adecuada es por medio de un consentimiento escrito. Verbalmente puedes comentarle que quieres recolectar sus datos con un fin específico y que si accede y los entrega, das por hecho que cuentas con su autorización.

Es importante que solo la utilices para los fines acordados. Por ejemplo, si le dices a tu cliente que pides sus datos de salud para tener un control preventivo y él accede, hasta ahí todo está bien. Pero si empiezas a enviarle información publicitaria, y eso nunca lo mencionaste, estarías incurriendo en una práctica indebida.

## 3 ¿Con fines comerciales?

También. Como el número de teléfono o el correo electrónico para el envío de publicidad, o su dirección cuando debes hacer entrega de algún producto, pero siempre tendrás que pedir autorización para hacerlo.

## 5 ¿Pueden ser de salud?

Sí. Durante la pandemia tienes la obligación de preguntarle a un cliente que te visite si ha tenido síntomas relacionados con el COVID-19 y tomarle su temperatura. Esto lo puedes hacer como medida de prevención y es relevante para hacer un cerco epidemiológico en caso de que se presente algún brote de contagio.

## 6 ¿Y a mis colaboradores?

Puedes solicitarles sus datos de salud como una medida de control interna; pero recuerda, siempre debes comunicarles la intención y contar con su autorización.

**En Empresas SURA te acompañamos y te asesoramos en el manejo adecuado de los datos personales, con el fin de que tengas la capacidad de desarrollar tu negocio en un marco normativo eficiente.**



## 7 ¿Cuáles son los derechos que tienen mis clientes y colaboradores?

El habeas data es un derecho fundamental. Significa que toda persona tiene el derecho de conocer, actualizar, rectificar o suprimir la información que esté registrada en bases de datos públicas y privadas. Debes garantizar que esto se cumpla y velar por la protección de su información.



Escanea el código y conoce 10 tendencias para gestionar la reputación de tu empresa en la era digital. Así como la protección de datos es fundamental para la gestión reputacional de las empresas, la creación y divulgación de información también lo es. En esta era digital, las empresas producen información y contenidos a una gran velocidad.

## 8 ¿A quién le puedo entregar esos datos?

Los puedes compartir únicamente con el dueño del dato, un tercero autorizado por el titular o alguna entidad pública que lo requiera, cuando esté en el ejercicio de sus funciones. Por ejemplo, la Superintendencia de Industria y Comercio, el Ministerio de Salud, o alguna secretaría de salud te pueden solicitar que compartas tus bases de datos ante alguna crisis sanitaria.

## 9 ¿Cómo se protegen los datos personales?

No todo el personal dentro de la empresa puede tener acceso a estas bases de datos. Lo recomendado es que los datos sensibles, como los de la salud, estén a cargo de una persona del área de salud y seguridad en el trabajo o su representante legal, quienes serían los responsables de cuidarlos. También las áreas de mercadeo y financieras pueden tener acceso a estos datos, cada una para hacer su tarea específica.

Algunos consejos para evitar prácticas indebidas son:

- Tener siempre la autorización del titular para el tratamiento de sus datos personales.
- Contar con una política de protección de datos personales.
- Implementar una gestión adecuada de las solicitudes que hagan los clientes sobre sus datos.
- Utilizar mecanismos de protección tecnológicos para evitar que los datos se pierdan o sean robados.



**DANIEL ALEJANDRO GONZÁLEZ**

analista de seguridad informática del Centro de Protección Digital SURA Colombia.



**JOSÉ ALEJANDRO BETANCUR**

analista de seguridad informática del Centro de Protección Digital SURA Colombia.

Hacer un uso indebido de los datos personales puede implicar un riesgo de reputación para tu empresa o, incluso, enfrentar sanciones económicas y administrativas.

## CONSEJOS PARA LA PROTECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para prevenir el robo o filtración de datos e información sensible dentro de tu empresa, ten en cuenta:

- ✓ Entrena a tus equipos de trabajo frente a la prevención de los riesgos cibernéticos y las consecuencias que estos tendrían. Recuerda que tu empresa es tan segura como lo sea cada uno de tus colaboradores en su entorno digital.
- ✓ Implementa y mantén una solución antivirus actualizada en todos los dispositivos de tu empresa.
- ✓ Ten una política clara sobre las herramientas que usan tus colaboradores para compartir información corporativa, como los correos institucionales.
- ✓ Implementa mecanismos de cifrado para proteger la información sensible.
- ✓ Cuenta con procesos de copias de seguridad y restauración de la información.
- ✓ Haz uso de aplicaciones de autenticación en dos pasos, que te permitan añadir un nivel de seguridad adicional para el acceso a tus cuentas.
- ✓ Realiza evaluaciones periódicas de seguridad de tus sistemas.
- ✓ Utiliza una VPN (red privada virtual) para proteger la comunicación entre tu estación de trabajo y la red corporativa, con mayor prioridad cuando se deba acceder remotamente a ella desde una red wifi pública.
- ✓ Implementa hábitos de cuidado: revisa la procedencia de los correos electrónicos que recibes, no compartas tus contraseñas y cámbialas frecuentemente, evita conectarte a redes de internet públicas, no divulgues información confidencial de la empresa en tus redes sociales personales, no utilices los dispositivos de la empresa para fines personales y mantén actualizado tu software.
- ✓ Procura usar mecanismos de protección perimetral como firewalls o cortafuegos para controlar el tráfico de información entrante y saliente de tu empresa.

# PROTECCIÓN DIGITAL

Conectando con tu seguridad para que no te desconectes.



A través de Empresas SURA puedes acceder a los servicios de Protección Digital, donde te asesoramos y te guiamos para proteger tu entorno digital. **Conoce nuestros servicios y cuida a tu empresa.**



**DANIEL ALEJANDRO GONZÁLEZ**  
Analista de Seguridad Informática del Centro de Protección Digital, SURA Colombia.



**JOSÉ ALEJANDRO BETANCUR**  
Analista de Seguridad Informática del Centro de Protección Digital, SURA Colombia.

## EVITA LOS RIESGOS CIBERNÉTICOS

Ataques de un virus informático, robo, secuestro o pérdida de información, engaños o suplantación de identidad, fraudes y estafas en línea, son riesgos cibernéticos a los que están expuestas las empresas hasta el punto de impactarlas financieramente, impedir la **continuidad** de su operación y hasta afectar su reputación.

Para que prevengas los riesgos y los puedas gestionar de la mejor manera, en SURA te asesoramos, así podrás tomar decisiones informadas y cuidar uno de los activos más valiosos: tu información. También puedes leer el artículo **¿Sabes cómo elaborar un plan de continuidad para tu negocio?**, en la página 21.

## MANTÉN TU PÁGINA WEB SEGURA

Los portales y dominios son focos relevantes de ataque por parte de los ciberdelincuentes. Realizamos pruebas de seguridad informática en tu empresa para identificar fallos que posibilitan la explotación de vulnerabilidades y presentamos un informe con los resultados obtenidos y recomendaciones para que logres mejorar el nivel de seguridad técnico de tu plataforma web.

## FORTALECE TU CIBERSEGURIDAD

El robo o pérdida de información sensible, como bases de datos personales, puede representar una crisis en tu gestión comercial y operativa. Desde nuestra experiencia y conocimiento, te orientamos para estructurar estrategias de ciberseguridad en tu compañía, e implementar controles y buenas prácticas de gestión y mitigación de incidentes de ciberseguridad. Conoce sobre el tema en nuestro artículo **¿Usas bien los datos personales sensibles?**, en la página 38.

## ADQUIERE EL SOFTWARE Y HARDWARE QUE NECESITAS

En compañía de un aliado experto, evaluamos tus necesidades para identificar el tipo de herramienta de seguridad que necesitas, además del *hardware* e infraestructura óptimos para tu compañía.

Para la adquisición de herramientas de seguridad de la marca Kaspersky, a través de nuestro aliado obtienes un **descuento** entre el **25%** y **35%**. Es un paquete de soluciones de ciberseguridad que protege las estaciones de trabajo de las empresas frente a los riesgos más comunes.

## FORMA A TUS EQUIPOS

Capacitamos a tus empleados en temas como:



Riesgos cibernéticos y buenas prácticas que deben tener en cuenta para evitar afectaciones en los ámbitos laboral y personal.

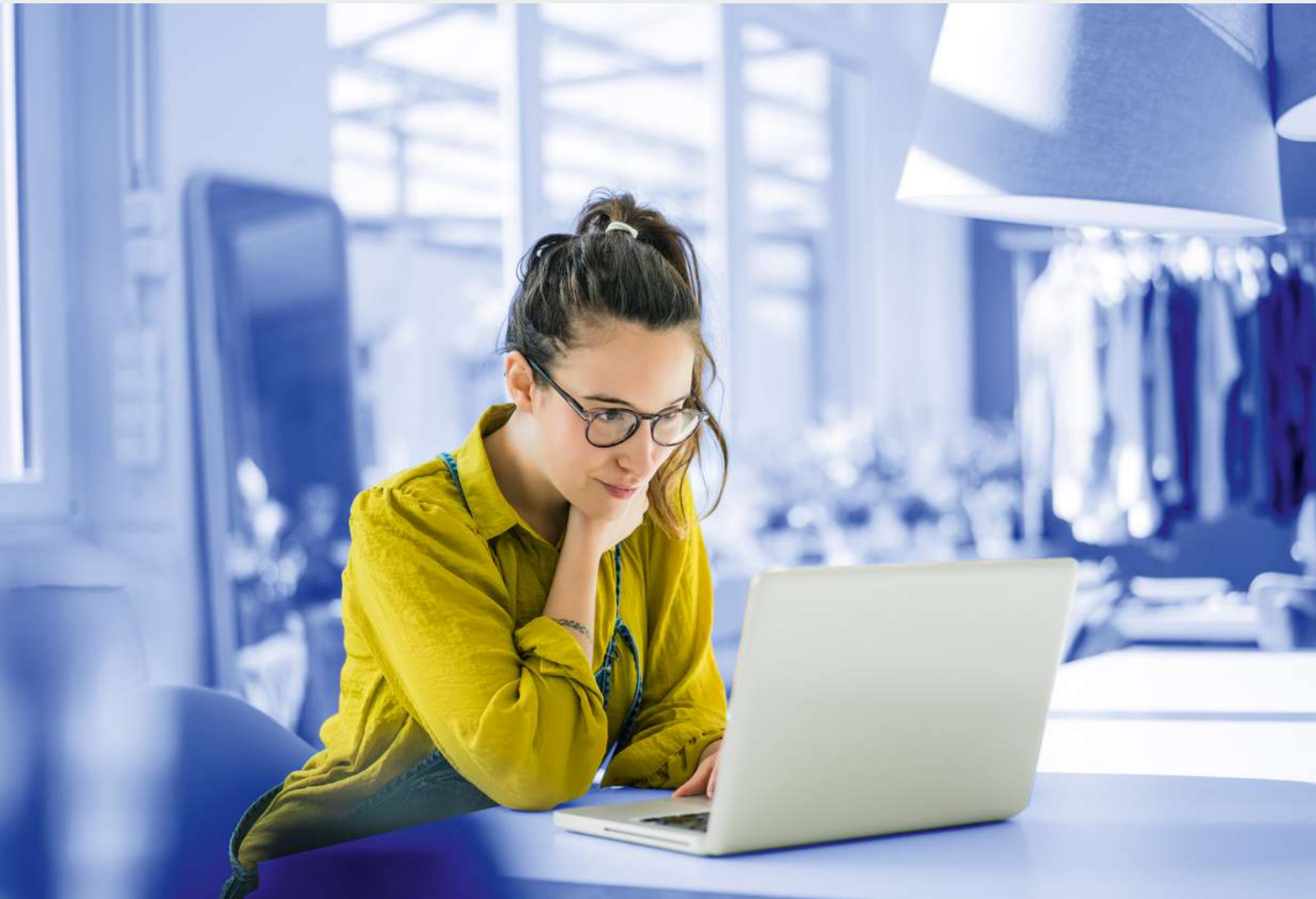
Manejo óptimo de recursos tecnológicos como computadores, accesos a redes seguras e identificación de correos peligrosos.



Formación al detalle, para tus áreas técnicas de sistemas, acerca de los posibles ataques que pueden ocurrir en las plataformas tecnológicas, con la metodología de Aprender haciendo: les enseñamos cómo se ataca una red, las consecuencias que tiene y cómo se corrige.







## Herramientas empresariales en tiempos de COVID-19

Desde SURA hemos trabajado un despliegue de herramientas para acompañar a tu empresa y guiarte en los procesos previos, y en los que seguirán después de la reactivación de los sectores económicos. Conócelas.

### CONTENIDOS EN NUESTRO MICROSITIO DE COVID-19

Dan respuesta a la competitividad empresarial a partir de nuestras seis verticales: mercado, modelo operativo (continuidad de la operación), gestión financiera, legal, tecnología y transformación digital, y talento humano. Alrededor de ellas, te recomendamos cómo generar tus planes de acción y seguir operando bajo las condiciones del contexto presente y futuro.

### MATRIZ DE RIESGOS ESPECÍFICOS

Durante la contingencia, el COVID-19, además de ser una enfermedad común, se convirtió también en una enfermedad laboral; así que las empresas deben reportar todos los riesgos que estén relacionados con esta en su operación. Para hacerlo, diseñamos una matriz, en donde podrás identificarlos y reportarlos.

### PLANTILLA DE PROTOCOLOS

Las empresas, dependiendo de su sector, las pueden adoptar y adaptar según sus características y luego presentarlas ante su Administradora de riesgos laborales y las entidades competentes, como las secretarías municipales, para obtener su permiso de operación.

### GUÍAS SECTORIALES

Apalancan la construcción de los protocolos exigidos por el Gobierno para la reactivación de las actividades económicas, brindando información adicional para facilitar la operación y competitividad, más allá de la bioseguridad.

### ENCUESTA DE SÍNTOMAS

Permite que los colaboradores registren sus síntomas a diario, para controlar y evitar contagios de COVID-19. Además, si eres cliente SURA, puedes encontrar todos estos reportes en el tablero de caracterización COVID-19.

### ENCUESTA DE RIESGO INDIVIDUAL

Se diligencia una sola vez, idealmente antes de iniciar la operación. Permite identificar el nivel de vulnerabilidad de los empleados ante una exposición con el virus, y gestionar el riesgo de contagio de estos al ser clasificados por nivel de riesgo.

### GUÍA DE AUTOGESTIÓN

Contiene el paso a paso para realizar el seguimiento de los síntomas, en caso de sospecha de contagio de COVID-19, bien sea por haber tenido contacto estrecho con una persona positiva, o por presentar algún síntoma asociado.



Escanea el código para visitar la sección Empresas de nuestro sitio web especial para COVID-19 y conoce todas las herramientas que tenemos a tu disposición.

**GESTIONAR LOS  
ASPECTOS LEGALES  
DE TU EMPRESA**

**ES ASEGURAR  
QUE TU NEGOCIO  
SIGA CRECIENDO**

La sostenibilidad legal garantiza que tu empresa siga siendo competitiva. Conoce más en [www.segurossura.com/empresas/](http://www.segurossura.com/empresas/)

*Poder transformarse y mantenerse vigente, más allá de sentirse productivo, es asegurarse de vivir.*



[SEGUROSSURA.COM/EMPRESAS](https://www.segurossura.com/empresas)