

# LOS RETOS DE LAS EMPRESAS EN UN MUNDO NUEVO

LAS CARAS DEL CONSUMIDOR ACTUAL

INVERSIONISTAS CLAVES PARA TU START-UP

REDES DE MENSAJERÍA

4 pilares para gestionar tu estrategia de relacionamiento

# EMPRESAS





# RASTREAMOS TENDENCIAS PARA SER MÁS COMPETITIVOS



Si hay una constante en el mundo es el movimiento. Día a día quedan atrás viejas concepciones y nacen nuevas posibilidades. Por eso se hace cada vez más necesario como empresarios desarrollar la capacidad de observar el entorno para sintonizarnos con los cambios.

Oímos cada vez con mayor frecuencia una palabra: tendencias. Pero ¿qué son realmente? ¿Dónde están? ¿Para qué sirven? ¿Cómo impactan la vida de las empresas? Si no te lo habías preguntado, este es un buen momento para hacerlo.

Hablar de tendencias es hablar de cambios, reconocerlos, verlos, entenderlos e interpretarlos. Observar las tendencias se parece más a conectarse con el movimiento que con la contemplación de una fotografía fija e inmóvil.

Los estudios sobre tendencias buscan entender los movimientos del presente e indagar por sus posibles impactos en el futuro. Parten de la identificación de acciones e interacciones entre las personas y su entorno, buscan vestigios acerca de las transformaciones que la tecnología genera en los consumidores y en las empresas, y en la manera como el mercado responde a las necesidades cambiantes.

Aprovechar las tendencias, buscando la manera de integrarlas al quehacer cotidiano de las empresas, puede traer grandes beneficios al estimular una mirada proactiva e informada frente al cambio, posibilitando un crecimiento sostenible y coherente con el entorno y aportando a la toma de decisiones.

Reconocer los cambios y las tendencias no es solo un asunto de expertos; cada persona tiene el potencial para desarrollar una mirada sensible ante estos. Es una habilidad instalada en

Una tendencia no gestionada puede llegar a ser un riesgo estratégico para una organización.



Sincronizarse con los cambios es una manera proactiva para ser competitivos como empresarios. Leer lo que ocurre en el presente, abre oportunidades del futuro para las organizaciones.

---

cada ser humano, presente desde que somos niños y nos lanzamos a descubrir el mundo motivados por las preguntas y la curiosidad.

El trabajo consiste en activar la habilidad de observar a través de la capacidad de hacerse preguntas sobre nosotros mismos y sobre el mundo que nos rodea: ¿Qué ha cambiado en nosotros? ¿Por qué ha ocurrido? ¿Cómo ha cambiado el mundo? ¿Qué se ve diferente? ¿Cómo viven nuestros consumidores? ¿Qué se ha transformado en ellos? ¿Cómo se relacionan con la tecnología? ¿Qué desafíos nos traen estos movimientos? Estos cuestionamientos pueden ayudarnos a identificar señales, acciones, interacciones o comportamientos.

El trabajo posterior será emprender acciones para encontrar respuestas a estas preguntas, como informarse, leer la prensa, mirar la calle, detonar conversaciones, prestarle atención a las quejas y comentarios de los clientes, conversar con otros colegas, entre muchas otras opciones que pueden llevarnos a tener mayor certeza sobre cuáles son las tendencias y contratendencias que se configuran en nuestro entorno y frente a las cuales podemos tomar acciones.

No está de más no hacerlo solo; la observación siempre resulta mejor en compañía.

La mirada de los otros nos confronta, nos evidencia sesgos y paradigmas y nos permite contrastar nuestras conclusiones. Por eso, vale la pena trabajar por generar una cultura de la observación en las empresas. Trascender de una inercia cotidiana, a una cotidianidad proactiva donde emerjan las preguntas y las observaciones. Las respuestas están donde menos lo esperamos.

Finalmente, el último paso es llenarnos de emoción y valor, encontrando la manera de transformarnos a nosotros mismos y la forma como hacemos las cosas, haciendo uso de los conocimientos adquiridos. Siempre habrá satisfacción en ser responsables de aplicar lo que hemos aprendido.

En SURA queremos contribuir al desarrollo de esta capacidad de sintonizarse con los cambios, porque creemos que esta es la única manera de permanecer en el tiempo, siendo relevantes para nuestros consumidores y para el mundo. Te proponemos hacer de esta edición un espacio de reflexión acerca de las direcciones de cambio. Hacer de cada lectura un espacio de cuestionamiento y conocimiento, que contribuya a sensibilizar la mirada y encontrar inspiración para hacer del cambio el mayor aliado para la competitividad.



## CONTENIDO



Pág. 06  
**RETOS  
EN UN MUNDO  
POSPANDEMIA**

**12**

**LA CARAS DEL  
CONSUMIDOR  
ACTUAL**

**16**

15 datos que debes  
saber para que tus  
empleados trabajen  
desde casa

Pág. 18

Planes de  
beneficios, más que  
un buen salario



22

## LA DESCONEXIÓN DIGITAL ES UNA NECESIDAD

Pág. 25

Nuevo servicio de Empresas SURA: Transformación Digital

Pág. 26

Redes de mensajería  
4 pilares para gestionar tu estrategia de relacionamiento

32

Potencializa el costo de lo invisible con la propiedad intelectual

Pág. 36

Protege los activos intangibles de tu compañía

38

Inversionistas claves para tu *start-up*

Pág. 42

Liquidar activos fijos, oxígeno para enfrentar situaciones críticas

46

## EMPRESAS A TODA MÁQUINA

Pág. 50

“Hicimos la tarea”



**Presidente:** Juan David Escobar F.  
**Gerente de Mercadeo y Desarrollo Organizacional:** Catalina Castaño Y.  
**Gerente de Negocios Empresariales:** Diego Cárdenas Z. **Coordinación general:** Ana María Salazar G., Juan Carlos Rodríguez O. **Coordinadora gráfica:** Carolina Mejía W. **Comité editorial:** Ana María Salazar G., Juan Carlos Rodríguez O., María Fernanda Guandía Ch., José Ochoa B., Korina Daza Z., Juliana Uribe O., Ana María Vélez G., Ingrith Rodríguez M., Mabel Cristina Natera J., Marcela Hincapié M., María Adelaida Bolívar J., María Adelaida Bernal R., Silvia Juliana Castro D. **Conceptualización y desarrollo gráfico, editorial y de contenidos:** Taller de Edición. **Directora:** Adelaida Del Corral S. **Editora:** Natalia Mesa J. **Periodistas:** Valentina Upegui C., Sebastián Aguirre, Manuela Molina, Alejandra Sánchez, Marisol Aguirre, Liliana Monroy. **Diseño:** Rudy Chavarría Ch. **Fuentes:** Alejandro Duque, Claudia Patricia Escobar, Susana Yarce, Mabel Cristina Natera J., Tomás Merchán O., Andrés Felipe Alzate R., María Alejandra Bernal Rodríguez, Silvia Juliana Castro Díaz, Sebastián Gaviria L., Daniel Alejandro González S., Juan Simón Fernández D., María Catalina Marín M., Paula Andrea Guzmán H., Ana Catalina Castaño Yépez, Diego Andrés Castro P., Juan Miguel Vélez P., Diego Fernando Casallas C., Andrea del Pilar Parga, Edeunis Beltrán. **Fotografía:** www.gettyimages.es, Concretol. **Impresión y distribución:** Panamericana F. e I. S.A. **Contacto:** [juanroos@sura.com](mailto:juanroos@sura.com). **co Ciudad de la edición:** Medellín.

### CONEXIÓN DIGITAL



YOUTUBE:  
SEGUROS SURA  
COLOMBIA



BLOG:  
BLOG.SEGUROS-  
SURA.COM.CO



SPOTIFY:  
PODCAST  
SURA



TWITTER:  
@SEGUROS  
SURACOL



INSTAGRAM:  
@SEGUROS-  
SURA



FACEBOOK:  
SEGUROS  
SURA  
COLOMBIA



# RETOS EN UN MUNDO POSPANDEMIA



ESTAMOS EN UN PERÍODO DE CAMBIOS Y ADAPTACIÓN QUE TRAEN CONSIGO GRANDES RETOS PARA VIVIR EN EL MUNDO QUE NOS VA A DEJAR LA PANDEMIA. TE LOS PRESENTAMOS PARA QUE ANALICES CÓMO PUEDEN POTENCIAR LA COMPETITIVIDAD DE TU EMPRESA.



**ALEJANDRO DUQUE,  
CLAUDIA PATRICIA ESCOBAR  
Y SUSANA YARCE**

Miembros del Observatorio de  
Tendencias, SURA Colombia

#### ESPACIALIDADES TRANSFORMADAS

La percepción que tenemos sobre el mundo y sobre nosotros mismos puede verse afectada por los cambios en la manera en que estamos habitando los espacios. La digitalidad ha ganado terreno, facilitando más interacciones. Se puede ver modificada nuestra relación con el espacio público: añoramos volver a él con libertad, pero podemos sentirnos prevenidos al hacerlo.

#### Desafíos:

- Se da lugar el replantear o adoptar nuevos rituales en la vida cotidiana. Las marcas pueden conectarse con esas dinámicas.
- La necesidad de tener espacios multifuncionales puede incrementar la demanda de mobiliario con diseños flexibles y funcionales, que permitan adaptar los lugares según el uso que se les espera dar. Existen oportunidades para las marcas que quieran aportar a estas nuevas apropiaciones.
- Se pueden revalorar los espacios privados y personales, renovando su importancia y el significado que pueden tener para el bienestar de las personas.



ESCANEA EL CÓDIGO  
Y CONOCE MÁS SOBRE  
ESTE RETO.

#### METAMORFOSIS DE LAS RELACIONES

Gracias a la virtualización, las conexiones se pueden dar de manera más inmediata y las relaciones se comparten cada vez más con el mundo digital. Al percatarse de ello, las marcas humanizan su discurso y refuerzan la idea de crear lazos para conservar la cercanía con las personas.

#### Desafíos:

- Por las condiciones restrictivas las personas pueden preferir, por un tiempo, encontrar resguardo en sus círculos conocidos y cercanos, y postergar o evitar ampliarse a unos nuevos; un aspecto que las marcas deben tener en cuenta.
- Se puede transformar la valoración que se tiene de la soledad, como un valor aspiracional en la vida social, y puede resurgir la importancia del contacto emocional con otros como parte del disfrute de la vida.



ESCANEA EL CÓDIGO  
Y CONOCE MÁS SOBRE  
ESTE RETO.





## La flexibilidad y resiliencia se convierten en punto mínimo de partida en los procesos de selección de las empresas.

### NEOCONOCIMIENTO

La inmediatez y el acceso a la información pueden hacer que las personas busquen nuevos aprendizajes y referentes que complementen su experiencia. Los tiempos de ocio y entretenimiento se ocupan más en el aprendizaje y el desarrollo creativo. Cada vez se fortalecen los nuevos formatos ligeros para el aprendizaje: microcursos, clases maestras y comunidades de aprendizaje.

#### Desafíos:

- Se fortalece la posición de marcas como facilitadoras de aprendizajes, y no exclusivamente para satisfacer necesidades.
- El acceso a amplias fuentes de aprendizaje puede generar consumidores más exigentes, propositivos e informados, con demandas hacia sus marcas de confianza.
- La veracidad, verificación y el contraste de la información que se comparte desde las marcas es un atributo necesario y no negociable en este momento.



### ETERNO DÉJÀ VU

La relación y la percepción con el tiempo podrían cambiar indefinidamente. Se presenta una paradoja: todo puede parecer más inmediato y frenético, pero, a la vez, se puede sentir que el mundo pasa más lento. Nos podemos angustiar en exceso por el presente, pero nos vemos obligados a no perder de vista el futuro.

#### Desafíos:

- Las personas y empresas podrían estar reevaluando sus planes y decisiones, preguntándose qué es lo realmente importante.
- Tener una aceleración flexible en la forma en la que se hacen los negocios y se aprueban los procesos. Hay una disposición para probar cosas nuevas.
- Desarrollar una visión ambidiestra del tiempo: pensar el presente y adelantarse al futuro.



ESCANEA EL CÓDIGO  
Y CONOCE MÁS  
SOBRE ESTE RETO.



ESCANEA EL CÓDIGO  
Y CONOCE MÁS SOBRE  
ESTE RETO.





### NUEVO CONTRATO SOCIAL

Se consolida el rol del ciudadano 3.0, que deja de ser un actor pasivo frente a problemáticas políticas, económicas y sociales, para tomar una postura activa y crítica por medio de las herramientas tecnológicas para soportar su participación. Los ciudadanos son más exigentes con las marcas, demandando su opinión, vocería y compromiso respecto a la discusión de problemáticas sociales y ambientales.

#### Desafíos:

- El compromiso y la coherencia de las marcas en relación con temas de interés público serán un atributo para la sostenibilidad.
- El manejo responsable de los datos, la transparencia y la trazabilidad de la información son demandas del consumidor actual.
- Las marcas se pueden ver estimuladas a hacer parte de agremiaciones que faciliten la conversación y participación en la construcción de los tejidos sociales.
- Se puede enriquecer la percepción de valor, superando la satisfacción por el uso de servicios y productos. Las marcas coherentes, responsables, comprometidas y transparentes podrán aumentar su posicionamiento en la mente y el corazón de los consumidores.

### TRABAJO DILUIDO

La pandemia ha llevado el mundo laboral a otros tiempos, espacios y formas de funcionamiento. Algunos modelos de trabajo se pueden estar flexibilizando debido a estos cambios masivos y repentinos, que, a su vez, podrían transformar los procesos de conexión, creación y colaboración de las empresas con sus colaboradores.

#### Desafíos:

- Las empresas pueden estar evaluando cómo fortalecer el sentido de comunidad laboral para seguir enseñando y promoviendo su cultura organizacional en espacios virtuales con su talento humano.
- Los nuevos valores que se empiezan a exigir desde los entornos cambiantes podrían empezar a demandar en las empresas y trabajadores habilidades relacionadas con la resiliencia, la transformación digital y la innovación para ser más competitivos.
- El teletrabajo ha reacomodado algunas dinámicas que antes estaban separadas, lo que está llevando a las empresas a pensar en promover la flexibilidad laboral.



ESCANEA EL CÓDIGO  
Y CONOCE MÁS SOBRE  
ESTE RETO.



ESCANEA EL CÓDIGO  
Y CONOCE MÁS  
SOBRE ESTE RETO.



Algunas de estas tendencias que rastreamos desde SURA las hemos desarrollado en ediciones anteriores y las ampliamos en esta entrega.



### SALUD AMPLIADA Y POTENCIADA

La concepción y los alcances del concepto que tenemos de salud pueden verse ampliados. Ya no solo podemos ser conscientes de la importancia de cultivar la salud física, mental y social, sino también de la fragilidad de la vida misma, y de las implicaciones amenazantes de los agentes biológicos que pueden salirse de control. Esto ha incentivado un avance en el crecimiento del mercado de la salud, nuevas ofertas de productos y servicios potenciados por alianzas entre actores del ecosistema y las posibilidades del entorno digital.

#### Desafíos:

- El mercado está abierto a recibir ofertas nuevas y mejoradas para satisfacer las necesidades de salud de los consumidores.
- Revisar de qué manera aportan las marcas a la salud de las personas.
- Fortalecer el acceso a servicios de salud con nuevos desarrollos tecnológicos.



ESCANEA EL CÓDIGO  
Y CONOCE MÁS SOBRE  
ESTE RETO.

### GLOCAL

La globalización y la localización coexisten. Se agudizan los efectos de la globalización por el crecimiento de las interacciones digitales, pero también se renueva paulatinamente la importancia de la protección de lo local como factor de desarrollo, protección y bienestar de los países. La delimitación de fronteras puede dejar de ser únicamente territoriales y definirse en función del acceso y protección de recursos.

#### Desafíos:

- Las condiciones de crisis y pobreza que va dejando la pandemia pueden fortalecer flujos migratorios, crisis sociales y políticas en el mundo, en busca de formas de equilibrio.
- La lucha por recursos y la presencia de migrantes en las grandes ciudades, pueden llegar a acentuar brotes de xenofobia y nacionalismos radicales.
- La protección del mercado y el entorno local, sin perder las condiciones de competitividad en el contexto global.



ESCANEA EL CÓDIGO  
Y CONOCE MÁS SOBRE  
ESTE RETO.

# Analizas la situación, pero tu corazón no duda y va hacia adelante.

Emprender requiere de valentía y optimismo. Tus ganas de salir adelante nos inspiran y nos impulsan.

Estamos comprometidos contigo, por eso queremos brindarte las herramientas necesarias para **fortalecer tu negocio**, ese es nuestro objetivo.

Ahora más que nunca deja que te guíe la razón, pero que te mueva el corazón.



VIGILADO SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA BANCOLOMBIA S.A. Establecimiento Bancario.





# LA CARAS DEL CONSUMIDOR ACTUAL

CADA VEZ ES MÁS DIFÍCIL ENCASILLAR A LOS CONSUMIDORES EN UN ÚNICO PERFIL. SIN EMBARGO, ES POSIBLE AGRUPARLOS DE DIFERENTES MANERAS: POR SUS MOTIVACIONES, SUS BÚSQUEDAS Y HASTA POR LO QUE NO ESTÁN DISPUESTOS A TOLERAR. TE PRESENTAMOS SEIS CARAS QUE PUEDEN IDENTIFICAR A LOS CONSUMIDORES DE ESTE MOMENTO.



**ALEJANDRO DUQUE,  
SUSANA YARCE Y CLAUDIA  
PATRICIA ESCOBAR**

Equipo del Observatorio de  
Tendencias, SURA Colombia



**MÁBEL CRISTINA NATERA**  
Especialista en Diseño de  
Mercado, Empresas SURA  
Colombia

1

## ESCÉPTICOS EN MOVIMIENTO

Se interesan por las problemáticas sociales, políticas, medioambientales y económicas. Sienten que el mundo necesita un cambio radical y están dispuestos a poner de su parte para que esto ocurra. Por lo general, son informados, inquietos, se preocupan por el impacto de sus acciones. Pueden ser fieles con marcas que demuestren compromiso y coherencia en sus actuaciones. De no ser así, podrían renunciar a ellas y proferir malas recomendaciones.



- Coherencia entre lo que dicen las marcas y sus acciones.
- Marcas comprometidas y alineadas con las causas que defienden.
- Tener acceso a la información y trazabilidad de los procesos que involucran a los productos y servicios que consumen, priorizando las acciones responsables social y medioambientalmente.



- Evidencia tu posición frente a una problemática social con acciones.
- Tómate un tiempo para determinar tu posición frente a temas de interés para tus consumidores y definir acciones alineadas con ellas.
- La mejor forma de empatizar con tus consumidores es mediante la transparencia y la genuinidad entre lo que piensas, dices y haces.





2

## INQUIETOS POR EL BIENESTAR

En un momento donde la pandemia ha hecho evidente la fragilidad y los límites de la vida humana, cada vez más consumidores le apuestan a la salud como su motivador principal a la hora de consumir. Ellos están priorizando los productos y servicios con impactos positivos en su salud física, mental y social. Pueden estar dispuestos a renunciar y sustituir productos que sean nocivos para su bienestar. Se interesan en desarrollar hábitos saludables perdurables en el tiempo. Se hacen conscientes de que trabajar por el bienestar es una tarea que se sostiene durante toda la existencia. Por lo general, son personas con una visión sistémica de la vida, comprenden que su bienestar está ligado con el de otros.



- Marcas que conecten genuinamente con sus necesidades de bienestar y encuentren la manera de contribuir con ellas.
- Propuestas que no solo sumen al bienestar individual, sino al colectivo.
- Información real, acertada y verificada que les ayude a sustentar sus prácticas y hábitos.



- Comprométete con el bienestar, desde tus servicios y lo que comunicas al interior y exterior de tu organización.
- Evalúa de qué manera tus productos pueden contribuir a las metas de bienestar y salud de tus consumidores.
- Las empresas que aportan directamente al confort de las personas y al entorno, tienen una mayor probabilidad de permanecer y ser competitivas en el tiempo.
- Crea nuevas sinergias con empresas o expertos en el campo de la salud.

3

## BUSCADORES DE TRASCENDENCIA

Se cuestionan constantemente, resignificando sus prioridades en la vida. Entienden la trascendencia como la posibilidad de superar sus propios límites. Se identifican con la idea de desarrollo, no solo en el nivel físico, sino también en el espiritual. Se vinculan con ideas inspiradoras y movilizadoras, y se unen a causas que tienen como propósito la transformación personal y social. El tipo de consumo que realizan se articula con la búsqueda del equilibrio.



- Percibirse vinculados en la creación y diseño de los productos y servicios destinados para ellos.
- Sentirse estimulados y retados, y marcas que les fomenten el desarrollo de su potencial.



- Identifica oportunidades en las cuales puedas vincular a tus consumidores, cocreando con ellos la experiencia de marca.
- Para llegar a ellos, debes trabajar para superar tus propios límites. El deseo de trascendencia es contagioso.
- Poco a poco incorpora a tu portafolio productos diseñados para impactar la transformación de condiciones personales y sociales. Estos consumidores aman vincularse a causas.





4

## NUEVOS CIUDADANOS

Para ellos la manera de consumir está ligada con la idea de ejercer la ciudadanía. Son cada vez más conscientes del impacto de sus acciones de consumo sobre la economía y el contexto local. Se unen a causas que buscan transformar las ciudades en mejores lugares para habitar, que sean seguros y con mayores posibilidades de desarrollo para sus habitantes. Participan en redes sociales activamente y les gusta descubrir espacios desconocidos de las ciudades. Muchos de ellos transitan, constantemente, entre lo rural y lo urbano.



- Ofertas de espacios para habitar, caminar y satisfacer todas sus necesidades.
- Seguridad y opciones para moverse de manera tranquila.
- Ciudades diversas, con opciones para todos.



- Descubre constantemente nuevos lugares en tu ciudad, donde tu marca pueda tener presencia.
- Piensa en estrategias de comunicación que fomenten el consumo local.
- Evalúa cómo acercar tu marca a puntos más rurales. Haz un estudio de precios de los productos y ten en cuenta los costos que implican antes de ponerlos en estos mercados.

Consejos para tu empresa



Lo que los consumidores necesitan



## CONOCE A TU AUDIENCIA PRIMERO

Para aprovechar al máximo las herramientas de analítica digital, te recomendamos:



**Tener claridad acerca de los datos que te interesa conocer:** comportamientos, motivaciones, barreras, puntos de interacción.



**Saber dónde y cómo preguntar:** definir objetivos, tomar en cuenta los comentarios en redes sociales, generar encuestas y fomentar la participación de tus consumidores. Prestarle atención a las quejas frecuentes y aspectos de tu experiencia que se puedan mejorar.



**Familiarizarse con las estadísticas que disponen las plataformas y redes sociales.** Esto te permitirá reconocer el valor o impacto en las interacciones.



**Registrar la información:** llevar una bitácora y revisarla continuamente para desplegar acciones de mejora en tu negocio. Puede ser por medio de archivos de Excel, mapas mentales o software de contabilidad y CRM.



**Analizar e interpretar los datos:** descubrir nuevos perfiles, posibles clientes, idear nuevos productos y potenciar tu experiencia.

5

## TRABAJADORES DILUIDOS

El trabajo presencial parece estar quedando en el pasado y las formas de trabajo flexible, posiblemente, llegaron para quedarse. Los límites que demarcaban la vida laboral de la personal pueden estarse borrando, por lo que estos consumidores esperan encontrar opciones que les permitan adaptarse a estas nuevas realidades.



- Que las empresas entiendan las nuevas dinámicas y busquen hacerles fácil la adaptación a estas nuevas condiciones.
- Flexibilidad horaria, de locación y beneficios que les ofrecen las empresas.



- Entiende a las personas más allá de su rutina laboral y forma a tus líderes para trabajar con sus equipos a distancia.
- Minimiza los obstáculos que implica el trabajo remoto por medio de herramientas digitales.
- Actualízate frente a las nuevas normativas para la regulación del trabajo.



CONOCE LOS  
NUEVOS RETOS  
DEL TRABAJO  
HOY, TANTO PARA  
TU EMPRESA  
COMO PARA TUS  
COLABORADORES.  
ESCANEA EL  
CÓDIGO.

6

## HIPERDIGITAL

Confían en la tecnología para satisfacer sus necesidades de consumo. Tienen apertura a los nuevos entornos y pueden llegar a castigar las marcas que no están adaptadas al mundo digital. Dependen cada vez más del móvil como puerta de entrada para interactuar con el universo. Están a la vanguardia en innovaciones en redes sociales, formatos y contenidos, por lo que no hay una mejor forma de llegar a ellos. Buscan ampliar los límites de su interacción en los entornos digitales más allá del consumo: aprenden, se relacionan y se divierten.



- Resolver y gestionar su vida en los entornos digitales.
- Contenido completo, interesante e interactivo que capte su atención.
- Interacciones en canales digitales, pero sin descuidar el servicio y el trato personalizado y humano.

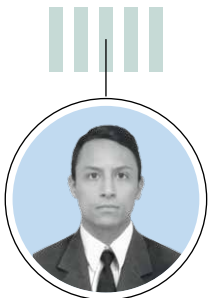


- Avanzar en la consolidación de la presencia digital de tu marca, ofreciendo una experiencia completa desde antes, durante y después de la compra.
- No descuidar el servicio; muchas empresas confían en el hecho de estar presentes en el mundo digital, olvidando aspectos claves como el servicio al cliente.
- Conoce y aprovecha las herramientas que ofrecen las plataformas digitales para conocer más a tus consumidores objetivos. La analítica digital puede ayudarte a ser más preciso en tus acciones de mercadeo.

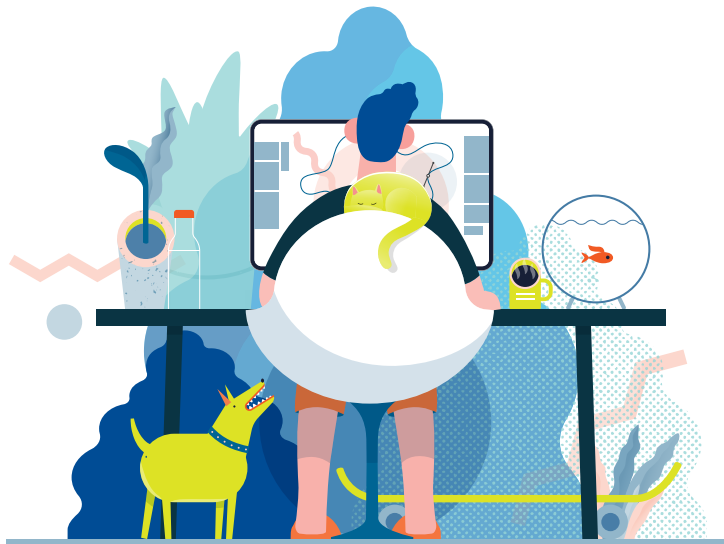


## PARA QUE TUS EMPLEADOS TRABAJEN DESDE CASA

# 15 DATOS QUE DEBES SABER



**TOMÁS MERCHÁN O.**  
Analista de Asuntos  
Legales, Seguros  
SURA Colombia



EN MAYO SE FIRMÓ LA LEY 2088 DE 2021, EN COLOMBIA, QUE REGULA LA HABILITACIÓN DEL TRABAJO EN CASA COMO UNA FORMA DE PRESTACIÓN DE SERVICIO EN EL MARCO DE UNA RELACIÓN LABORAL.

Desde el inicio de la pandemia el Gobierno de Colombia estableció el trabajo remoto como medida preventiva y extraordinaria para evitar la transmisión del COVID-19. Entonces se identificó que estas situaciones excepcionales requieren un cuadro normativo que le brinde seguridad a empresas y empleados sobre esta modalidad.

Ten en cuenta estos 15 datos claves que debes saber para que tu equipo de trabajo pueda trabajar desde su vivienda.

- 01** Esta ley aplica para empresas públicas y privadas.
- 02** Se da en situaciones ocasionales, excepcionales o especiales, sin que conlleve a una variación de las condiciones laborales pactadas al inicio de la relación laboral.
- 03** Como empleador debes notificar por escrito a tus trabajadores acerca de su habilitación de trabajo en casa, indicando el período de tiempo que estarán laborando bajo esta modalidad.
- 04** Debes garantizar la desconexión laboral como un derecho de tus colaboradores a disfrutar de su tiempo de descanso, permisos, vacaciones, feriados y licencias, con el fin de que puedan conciliar su vida personal, familiar y laboral.
- 05** Como empleador, conservas la facultad subordinante, junto con la potestad de supervisión de las labores de tus colaboradores, y estos mantienen sus obligaciones de prestación personal del servicio.



**06** Se mantienen los mismos derechos y garantías que rigen las relaciones laborales como el horario, jornada, horas extras, descansos, dominicales y festivos, derechos de negociación y asociación sindical, y derecho a percibir salarios y prestaciones sociales.

**07** Tu equipo de trabajo debe cumplir los horarios que establece el Código Sustantivo del Trabajo. Como empleador debes reconocer el trabajo suplementario, en caso de que se lo hayas solicitado a tus colaboradores, salvo cuando se trate de personal de dirección, confianza o manejo.

**08** Esta modalidad de trabajo se extenderá hasta por un término de tres meses, prorrogables por una sola vez o hasta que desaparezcan las circunstancias ocasionales, excepcionales o especiales que dieron lugar al trabajo en casa.

**09** Tus colaboradores pueden disponer de sus propios equipos para cumplir sus funciones, siempre que medie un acuerdo contigo como su empleador. De no medirse, tu empresa es la encargada de suministrar las herramientas necesarias para el desarrollo de su trabajo.

En todo caso, el empleador es el primer responsable de suministrar los equipos necesarios para el desarrollo de las actividades.



¿SABES CUÁLES SON LAS DIFERENCIAS ENTRE EL TELETRABAJO Y EL TRABAJO EN CASA?

ESCANEA ESTE QR PARA RESOLVER TUS DUDAS.

**10** Debes promover en tus empleados la formación y capacitación en competencias digitales, comportamientos y hábitos saludables, y garantizar el uso adecuado de las TIC.

**11** A tus colaboradores que devenguen hasta 2 SMLMV, les debes reconocer el valor del auxilio de transporte como auxilio de conectividad.

**12** Tu trabajador continuará amparado por acciones de promoción y prevención, y por las prestaciones económicas y asistenciales. Además, las ARL deberán promover programas que permitan garantizar condiciones de salud y seguridad en el trabajo. Por lo tanto, como empleador debes comunicar y actualizar los datos de tus trabajadores a la ARL a la que esté afiliada tu empresa.

**13** No es necesario que modifies el reglamento interno de trabajo ni de los manuales de funciones.

**14** Como empresa debes darles a conocer a los ciudadanos en su sitio web, los canales oficiales de comunicación e información y los mecanismos que se emplearán para atender peticiones.

**15** El Ministerio de Trabajo es el encargado de vigilar el cumplimiento de esta ley.



# PLANES DE BENEFICIOS, MÁS QUE UN BUEN SALARIO

UNO DE LOS MEDIOS A LOS QUE LAS EMPRESAS RECURREN COMO ALTERNATIVA PARA FIDELIZAR A SU TALENTO HUMANO SON LOS BENEFICIOS. TE COMPARTIMOS CUATRO CLAVES PARA DESARROLLARLOS.

Décadas de evidencia han demostrado que la gestión de la compensación total (beneficios económicos y no económicos) es una de las claves para mantener altos niveles de compromiso y motivación entre tus colaboradores.

Desde la década del noventa las empresas comenzaron a generar esquemas de compensación total efectiva, mientras que las consultoras estructuraron dichos casos de éxito y los popularizaron como nuevas mejores prácticas para que otras compañías los conocieran y pudieran aplicarlas con sus colaboradores.

En SURA contamos con un radar de tendencias del talento humano que evidencia los aspectos más relevantes para la satisfacción de tus colaboradores en materia de beneficios.

Por eso, si quieres implementar o potenciar los planes de compensación de tu compañía, puedes comenzar detectando cuáles de estas tendencias hacen parte de tu oferta laboral y cuáles podrías implementar:

- **Organizaciones flexibles:** mayor control del empleado sobre su tiempo y horarios.
- **Humanismo tecnológico:** uso de herramientas digitales transparentes para elaborar planes de compensación más integrales.
- **Reconocimiento de la individualidad:** adaptación de salarios y beneficios a la etapa de vida y contexto del empleado.
- **Amplificación de la empatía:** conocimiento claro del sistema de compensación, que genera confianza y compromiso con la compañía.
- **Una sola vida:** búsqueda de entornos laborales más satisfactorios y saludables.



**ANDRÉS FELIPE ALZATE R.**  
Especialista Talento Humano,  
Empresa SURA Colombia



LOS SISTEMAS DE COMPENSACIÓN Y BENEFICIOS CUMPLIRÁN MEJOR SUS OBJETIVOS SI SE ALINEAN CON LAS NUEVAS TENDENCIAS DE TRABAJO.

ESCANEA EL CÓDIGO Y CONOCE MÁS ACERCA DE ESTOS.

## LA EVOLUCIÓN DE LA COMPENSACIÓN

Estas son algunas claves y estrategias concretas que se implementan hoy en los planes de compensación y beneficios, así como prácticas que tienen gran vigencia en la actualidad entre los equipos de trabajo:

## CLAVE 1 MOTIVACIÓN

**Antes:** era común entregar regalos materiales, como un electrodoméstico para el hogar.

**Ahora:** el *feedback* (realimentación), como técnica, es un motivador más eficaz. Por ejemplo, una conversación cercana entre el líder y el empleado para hablar sobre temas a mejorar o el seguimiento al rendimiento para identificar pros y contras de los avances.



## CLAVE 2 CUIDADO DE LA SALUD

**Antes:** los empleados tenían planes de seguros uniformes sin distinción de edad.

**Ahora:** dependiendo de la etapa de la vida del colaborador, se evalúa si las soluciones en seguros responden a sus intereses, necesidades o motivadores. Para algunos trabajadores, entre los 20 y 30 años, un seguro de salud tradicional (clásico) puede no ser una alternativa suficientemente estimulante, pero sí seguros más conectados con su realidad. Por ejemplo, en SURA contamos con el Seguro de Salud Digital, con el que acompañamos integralmente a las personas para que potencien su salud con coberturas no tradicionales como sueño saludable, salud financiera, salud mental, entre otras, y en caso de que aparezca una enfermedad con coberturas tradicionales, como medicamentos, consultas con especialistas.

## BENEFICIOS 4.0

Contar con planes de beneficios basados en soportes tecnológicos a los que se pueda acceder desde cualquier lugar (*apps*, plataformas de autogestión, conexiones a productos y servicios digitales) es una forma de atraer talento joven a tu empresa.

Este tipo de beneficios le brindan al colaborador una experiencia de control sobre sus propias gestiones y de cercanía a la compañía gracias al fácil acceso a la información. Son menos lesivos con el planeta, ya que eliminan el uso del papel, minimizan el tiempo invertido en trámites e integran el trabajo y la vida. Pagar la suscripción a Spotify, Netflix, Coursera, entrenador personal virtual, son tan solo algunos ejemplos.





Desde los programas de compensación y beneficios las organizaciones deben migrar hacia temas de gestión de la diversidad, la inclusión, las personas con algún tipo de discapacidad, las diferencias culturales y generacionales.

### CLAVE 3 MANEJO DEL TIEMPO

**Antes:** horarios rígidos y alternativas totalitarias de bancos de tiempo en periodos predefinidos.

**Ahora:** el trabajo flexible es una necesidad relevante para los colaboradores, que tiende a transformarse en la necesidad de la desconexión, cada vez más valorada por los empleados, ajustada a su necesidad de personalización.



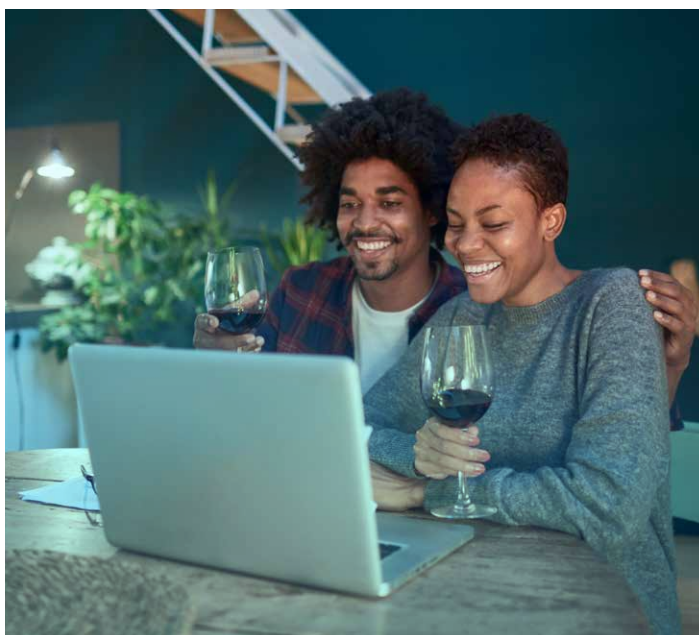
LA CONVERSIÓN DIGITAL DE LOS PLANES DE COMPENSACIÓN Y BENEFICIOS ES UNA TENDENCIA CRECIENTE. COMPRENDER LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL PUEDE AYUDARTE A ENTRAR EN CONTEXTO.

ESCANEA EL CÓDIGO.

### CLAVE 4 RETRIBUCIÓN EMOCIONAL

**Antes:** se solían celebrar fechas especiales en las oficinas, como cumpleaños, logros del equipo, entre otros eventos.

**Ahora:** las circunstancias exigen no dejar de lado las celebraciones a pesar de la distancia física. Mantener la relevancia de estos espacios, prepararlos con igual esmero que en la presencialidad es una acción necesaria para responder a los ambientes laborales en los que se vive el distanciamiento social. Un ejemplo de esto es crear una fiesta virtual, donde a cada invitado le llegue un domicilio para disfrutar desde casa la comida y celebrar con los compañeros a través de la conexión virtual.





## ZOOM A LA RETRIBUCIÓN EMOCIONAL

Este tipo de estímulo recoge un gran potencial de satisfacción que te ayudará a generar fidelización en tus colaboradores. No existe una lista cerrada de alternativas para la retribución emocional. Desde tu creatividad y el conocimiento personal de quienes trabajan contigo, puedes generar retribuciones que conecten con tus colaboradores.

Hay tres elementos importantes que pueden servir como eje para tus iniciativas en este aspecto:

- **Flexibilidad:** las tendencias muestran un incremento en la atención hacia las prácticas que se diseñan para proporcionar a los empleados las habilidades, los incentivos y la capacidad de tomar decisiones con más y más responsabilidad; a esto se le llama flexibilidad y tiene por objetivo mejorar el rendimiento empresarial. En este sentido, dar mayor control del tiempo y del manejo de los horarios es uno de los elementos que más buscan los colaboradores de todas las empresas en la actualidad. Los empleados quieren poder trabajar desde cualquier lugar, ajustar su jornada laboral con su ciclo circadiano, es decir, iniciar temprano y terminar temprano o iniciar tarde y terminar tarde. Quieren tener constancia digital de su nómina, de sus días de vacaciones, instrucciones y programas para teletrabajar, desean conocer lo que se descuenta de su pago por el restaurante, entre otros.
- **Reconocimiento:** es importante trabajar ampliamente en retribuciones intrínsecas como seguridad, calidad de vida, *feedback* y ambiente laboral. Dar mensajes anunciando que se mantendrán los empleos, formular acuerdos de convivencia con horarios definidos de desconexión por fuera de los cuales no se acepte ningún tipo de comunicación laboral, dirigirle al colaborador palabras de reconocimiento por las cosas bien hechas, son algunas buenas prácticas que puedes implementar en tu compañía.
- **Transparencia:** los empleados son más propensos a confiar y comprometerse con las empresas que se comunican abiertamente y explican sus decisiones en temas de compensación. Este es un principio altamente ligado con la economía circular en la que las organizaciones le cuentan al público cuánto cuesta cada ítem de su producto o servicio, y cuál es su margen, dando a conocer la razón del valor de lo que ofrecen. Esto se equipara a la socialización de las políticas salariales de las empresas con sus empleados.

## PASOS PARA CONSTRUIR O ADAPTAR TU PLAN DE BENEFICIOS

### Si lo vas a construir desde cero

- Ten clara la estrategia de talento humano. Formula el objetivo u objetivos que persigues con tu plan.
- Realiza un diagnóstico. Recuerda que cuentas con dos insumos clave como punto de partida: el primero, el perfil socio-demográfico que debes actualizar año a año, por norma, de todas las personas de la empresa; y, el segundo, las encuestas que puedes realizar con tus colaboradores y colaboradoras.
- Selecciona las acciones que consideres más pertinentes con respecto al objetivo y lo que las personas necesitan.
- Construye el presupuesto anual de tu plan. Es importante saber cuánto vas a invertir por persona, incluso.
- Formula el cronograma.
- Evalúa a final de año las acciones para hacer un seguimiento.

### Si lo vas a adaptar

- Revisa y redefine las metas en materia de bonos salariales y sus períodos de cumplimiento, según las nuevas circunstancias de teletrabajo y distanciamiento social. La mayoría de los trabajadores comerciales no lograron ni lograrán las metas basadas en históricos.
- Haz un inventario de los beneficios que brinda tu empresa y evalúa cuáles han perdido vigencia por cuenta del teletrabajo y el distanciamiento social. Esta puede ser una fuente de reducción de costos. Si pagas la mensualidad del gimnasio ¿cuántas personas lo están utilizando?
- Trabaja ampliamente en el sistema de retribución emocional, asegúrate de incluir aspectos como la seguridad, la calidad de vida y el ambiente laboral. Forma a tus líderes para dar buena realimentación.
- Propicia un enfoque colaborativo y flexible en materia de salarios, que busque entregar valor individualizado al colaborador.
- Reconoce el perfil del cargo y el aporte de cada persona al cumplimiento de los objetivos de tu compañía.



# LA DESCONEXIÓN DIGITAL ES UNA NECESIDAD

LOS AVANCES TECNOLÓGICOS Y LAS NUEVAS DINÁMICAS DE TRABAJO, QUE SE HAN ACELERADO CON EL COVID-19, HAN TRAÍDO COMO CONSECUENCIA LA HIPERCONECTIVIDAD QUE PUEDE LLEGAR A AFECTAR EL BIENESTAR DEL TALENTO HUMANO DE LAS EMPRESAS. POR ESO, HOY MÁS QUE NUNCA, ES NECESARIO HABLAR SOBRE LA DESCONEXIÓN DIGITAL.



**MARÍA ALEJANDRA BERNAL RODRÍGUEZ**  
Especialista en Diseño Legal, Empresas SURA Colombia



**SILVIA JULIANA CASTRO DÍAZ**  
Directora de Diseño y Articulación, Empresas SURA

¿Las reuniones virtuales en tu oficina superan las cuatro horas, sin espacios de descanso?

¿Recibes y respondes mensajes por chat de tus colaboradores en horarios no laborales?

¿Los miembros de tu equipo te mandan correos electrónicos por fuera de tu jornada laboral?

Si respondes sí a estas tres preguntas posiblemente tus colaboradores estén hiperconectados e “infectados” (sobrecargados de información) y dentro de tu compañía podrían presentarse conductas abusivas o casos de acoso laboral.

Al estar en casa, muchas de las personas no saben diferenciar bien los espacios de trabajo y los horarios laborales, algunos no se desvinculan de sus tareas o permanecen disponibles todo el tiempo. Esto se refleja en el aumento del estrés, la ansiedad, la fatiga crónica, el sedentarismo, los malos hábitos del sueño e incluso el síndrome de *burnout* (sentirse “quemado” o desgastado laboralmente).

Para cuidar la salud mental y física de tu equipo, es clave que en tu empresa promuevas la desconexión digital. Estos son sus beneficios:

**PARA TU COMPAÑÍA**

- Mayor productividad y compromiso por parte de tus colaboradores.
- Reducción del ausentismo laboral.
- Aumento de la calidad del trabajo y el desempeño laboral.
- Mejora de la reputación corporativa desde la gestión del talento humano.
- Disminuye la fuga de talento, fortaleciendo lazos entre el empleado y el empleador.

**PARA TUS COLABORADORES**

- Equipos humanos más sanos, menos estresados y más motivados.
- Equilibrio entre la vida familiar y laboral.
- Gestión adecuada del tiempo.
- Un mejor ambiente de trabajo.
- Recuperación de hábitos saludables.

**LAS “REGLAS DE ORO” DE LA DESCONEXIÓN DIGITAL**

Te invitamos a que promuevas estas buenas prácticas dentro de la gestión del talento humano de tu empresa y las interioricen en la cultura organizacional:

1

Crea una guía de buenas prácticas para el uso adecuado de las TIC.

2

Marca una hora límite para el envío de correos, chats y llamadas.

3

Como equipo, tengan claras las prioridades.

4

Establece prioridades de actuación en caso de recibir tareas inesperadas y así evitar el *multitasking*.

5

Utiliza la metodología *smart working*, que se basa en la confianza en los empleados, desde la cual no se mide el número determinado de horas que trabajan, sino el cumplimiento de los objetivos que se proponen.

6

Establece políticas de desconexión digital para garantizar los tiempos de descanso.

7

Planifica el trabajo a realizar, así como el tiempo de dedicación previsible y el plazo de finalización.

8

Apúéstale a las metodologías de trabajo ágil, para evitar prolongar el tiempo de las actividades.

9

Ser más flexible a la hora de establecer los horarios, para que los tiempos de trabajo sean compatibles con los que tus colaboradores necesitan para compartir con sus familias.

10

Establece acuerdos con tus colaboradores acerca de los medios (por ejemplo: chats, correos, celular corporativo, entre otros) para comunicarle información laboral como órdenes, lineamientos o nuevas políticas.



TE CONTAMOS MÁS SOBRE LOS NUEVOS MODELOS DE TRABAJO Y SUS OPORTUNIDADES DE TRANSFORMACIÓN EMPRESARIAL. ESCANEA ESTE CÓDIGO.



La desconexión digital le aporta bienestar y calidad de vida a los colaboradores, además de sostenibilidad y estabilidad financiera a las empresas, las cuales al tener colaboradores más sanos pueden ser más productivas y competitivas.



#### TUS COMPROMISOS COMO LÍDER

- Crea espacios de comunicación permanente con los colaboradores para conocer sus necesidades, expectativas e incertidumbres.
- Identifica prácticas admitidas (cultura de empresa) y formas de dirigir (estilo de liderazgo) que estén fuera de lo normal y que afecten a los colaboradores.
- Lleva a cabo acciones de formación y sensibilización sobre un uso razonable de los dispositivos digitales.
- Imparte formación específica en gestión del tiempo y del cambio tecnológico.
- Diseña e implementa medidas de desconexión digital como períodos de “siesta digital” o “toque de queda digital”, bloqueando la recepción y envío de correos electrónicos o el acceso remoto al servidor de la empresa durante una franja horaria determinada, una vez terminada la jornada laboral.
- Incentiva espacios no laborales con tu equipo de trabajo, para motivarlos a que expresen sus sentimientos, emociones y opiniones, y para compartir momentos de relajación e integración.



LAS NUEVAS FORMAS DE TRABAJO EN LÍNEA EXIGEN QUE LOS LÍDERES APRENDAN MANERAS DISTINTAS DE LIDERAR SU EQUIPO, ORIENTADAS A LA AUTOGESTIÓN Y A LA AUTONOMÍA DE LOS COLABORADORES. ESCANEA ESTE CÓDIGO PARA CONOCER MÁS.



#### ¿ESTÁ REGULADA POR LEY LA DESCONEXIÓN DIGITAL?

Hasta el momento no existe una norma específica que regule el derecho a la desconexión laboral y digital. Las únicas aproximaciones se encuentran en la Ley 1221 de 2008 y en el Decreto 884 de 2012, los cuales establecen lineamientos para regular el teletrabajo en Colombia. Sin embargo, el Ministerio del Trabajo emitió la Circular 0041 de 2020 en la cual hace un llamado a los empleadores para evitar hacer requerimientos a los empleados por fuera de la jornada laboral, respetar la intimidad de las personas y hacer un buen manejo de la información.

Actualmente, se está a la espera de que el Congreso Nacional expida una nueva norma relacionada con el trabajo digital o por medios digitales, con la cual se regule específicamente el derecho a la desconexión digital.



# NUEVO SERVICIO DE EMPRESAS SURA

# TRANSFORMACIÓN DIGITAL

CONOCE LAS CARACTERÍSTICAS DE ESTE NUEVO SERVICIO Y PONTE EN CONTACTO CON NOSOTROS PARA PONERLO EN MARCHA EN TU COMPAÑÍA.



**PAULA ANDREA GUZMÁN H.**  
Especialista de Diseño  
de Tecnología, Empresas  
SURA Colombia



LA ASESORÍA EN TRANSFORMACIÓN DIGITAL ES COMPATIBLE CON LAS SOLUCIONES DE CIBERSEGURIDAD QUE OFRECE EL CENTRO DE PROTECCIÓN DIGITAL SURA.

ESCANEA ESTE CÓDIGO Y CONÓCELAS.

Desde Empresas SURA ofrecemos el servicio de transformación digital para acompañar a los empresarios a identificar las oportunidades y buenas prácticas para implementar la estrategia digital, que les permitan tomar acciones conscientes, adecuadas y pertinentes, a través de asesorías, talleres y herramientas de autogestión.

#### TE CONTAMOS CÓMO TE ACOMPAÑAMOS:

- En tu primera conversación con Empresas SURA puedes indicar tu interés por recibir este servicio.
- Te enviaremos por correo un documento en Excel que debes diligenciar.
- Con tus respuestas realizaremos un diagnóstico inicial para determinar el nivel de desarrollo de la transformación digital en tu compañía.
- Diseñamos un plan de trabajo con los retos y las oportunidades que respondan a tu estrategia digital.
- Te asesoramos, de la mano de expertos, con charlas y talleres prácticos en temas clave como canales digitales, *marketing* digital, herramientas para el desarrollo de la estrategia digital, configuración de redes sociales, posicionamiento, buenas prácticas en canales digitales y experiencia de usuario.
- Tendrás acceso a un kit de herramientas de apoyo con documentos, guías y videos para la autogestión e implementación de la estrategia.
- Tendrás el acompañamiento y asesorías de expertos durante el proceso. Además, podrás participar de los talleres programados referentes a los temas digitales.
- Te conectamos a la empresa con proveedores aliados que ofrecen servicios para la implementación de la estrategia.

Además, este servicio se entrega desde una visión integral abordada desde cada una de las verticales: Gestión financiera, Talento humano, Legal, Mercado, Modelo operativo, y Tecnología y transformación digital.

En SURA entendemos que la premisa en el ejercicio de la transformación digital es la interacción de las personas con la tecnología, apalancando y acelerando la estrategia de tu compañía.

#### BENEFICIOS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA TU EMPRESA

- Mejorar la experiencia del cliente desde los diferentes canales digitales.
- Fidelizar a los diferentes públicos objetivos con base en la segmentación previa.
- Habilitar herramientas que propicien el trabajo en equipo y faciliten el teletrabajo.
- Estar a la vanguardia en el mercado actual.
- Impactar los procesos con eficiencia y calidad.
- Contemplar nuevos modelos de negocio.



REVISAS LAS OPORTUNIDADES DE MEJORA QUE TIENE TU EMPRESA EN CUANTO AL USO DE LA TECNOLOGÍA Y LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL.

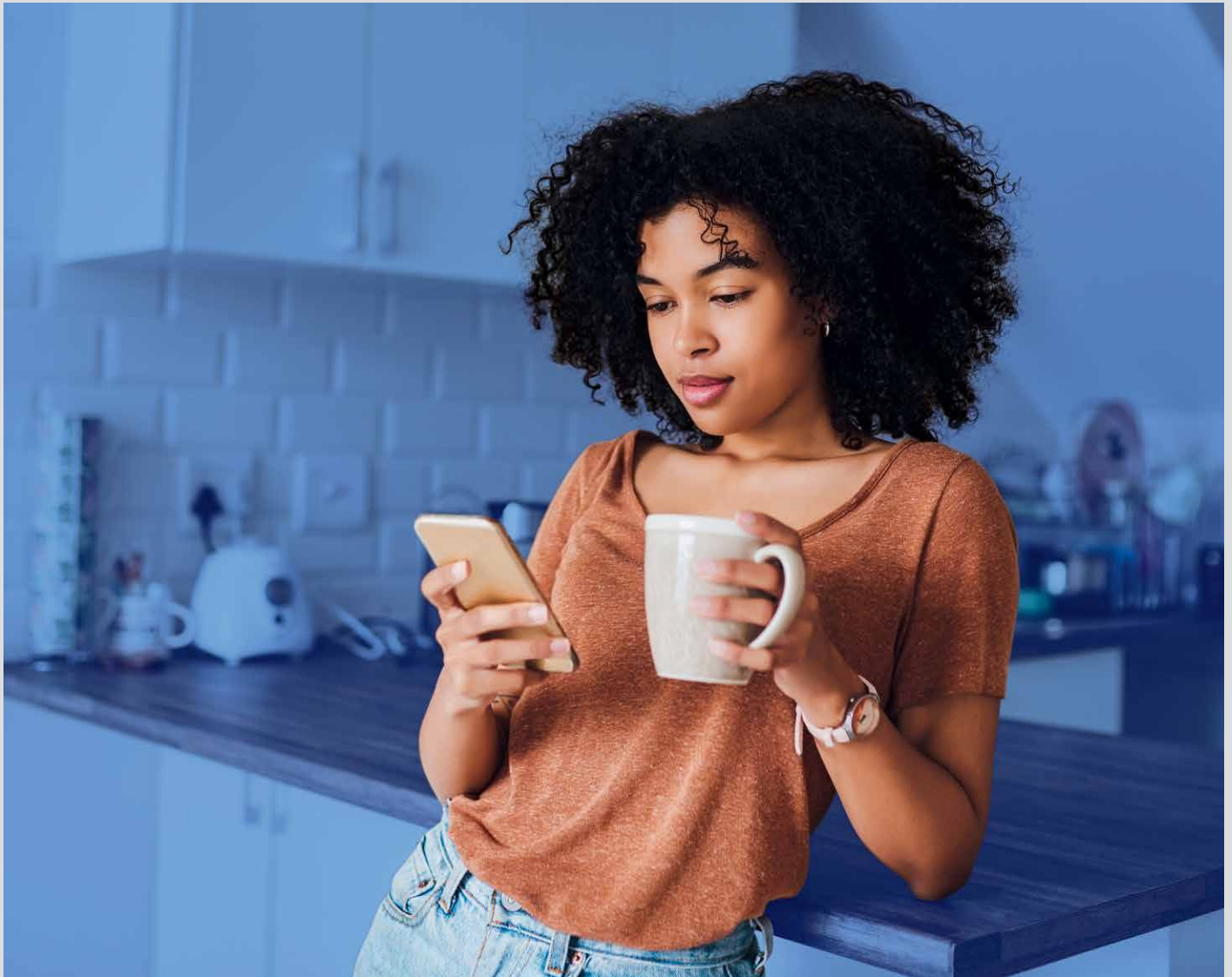
ESCANEA ESTE CÓDIGO Y AGENDA TU PRIMER ENCUENTRO CON UN ASESOR DE EMPRESAS SURA.





## REDES DE MENSAJERÍA

# 4 PILARES PARA GESTIONAR TU ESTRATEGIA DE RELACIONAMIENTO





**SEBASTIÁN GAVIRIA L.**  
Especialista de Tecnología,  
Empresas SURA Colombia

APLICACIONES COMO WHATSAPP, SIGNAL O TELEGRAM SE HAN CONVERTIDO EN CANALES DE COMUNICACIÓN DIRECTOS DE LAS MARCAS CON CLIENTES, PROVEEDORES Y DEMÁS PÚBLICOS. ¿CÓMO ESCOGER LA QUE MEJOR SE ADAPTE A TU NEGOCIO?

La interacción mediante las redes de mensajería con los grupos de interés, sean clientes, proveedores u otros públicos, se ha convertido en una pieza crucial en el relacionamiento de cualquier negocio.

La comunicación vía WhatsApp, Signal, Telegram u otras aplicaciones de este tipo no solo se debe analizar desde el recurso tecnológico que facilita el vínculo y brinda soluciones, sino que también debe comprenderse como un eslabón importante en la estrategia de mercadeo de tu empresa porque impacta las relaciones comerciales, el posicionamiento y la reputación de tu marca.

Para que ese proceso se dé de forma efectiva, te contamos los cuatro pilares que lo soportan:



**DANIEL ALEJANDRO GONZÁLEZ S.**  
Experto en Ciberseguridad,  
Centro de Seguridad Digital  
SURA, Colombia

## PILAR 01

### HAZLE LA VIDA MÁS FÁCIL A TUS GRUPOS DE INTERÉS

Con la oferta de redes de mensajería que hay disponibles en el mercado, las empresas tienen una variedad de opciones para comunicarse con sus clientes: WhatsApp, Signal, Telegram, chats de Facebook, Instagram, mensajes de texto, entre otras. Esta amplitud de canales de contacto les facilita a los clientes su interacción con las marcas, con un impacto directo en el servicio y las ventas.

**Ten en cuenta.** En esta segmentación es clave que conozcas a los públicos de tu compañía e identifiques cuáles medios se adaptan mejor: puede ser que para tu negocio funcione mejor por ejemplo WhatsApp, pues permite mayor interacción, pero algunos de tus grupos de interés prefieren comunicarse por otra vía. Por esto tu estrategia debe responder a estas variables.

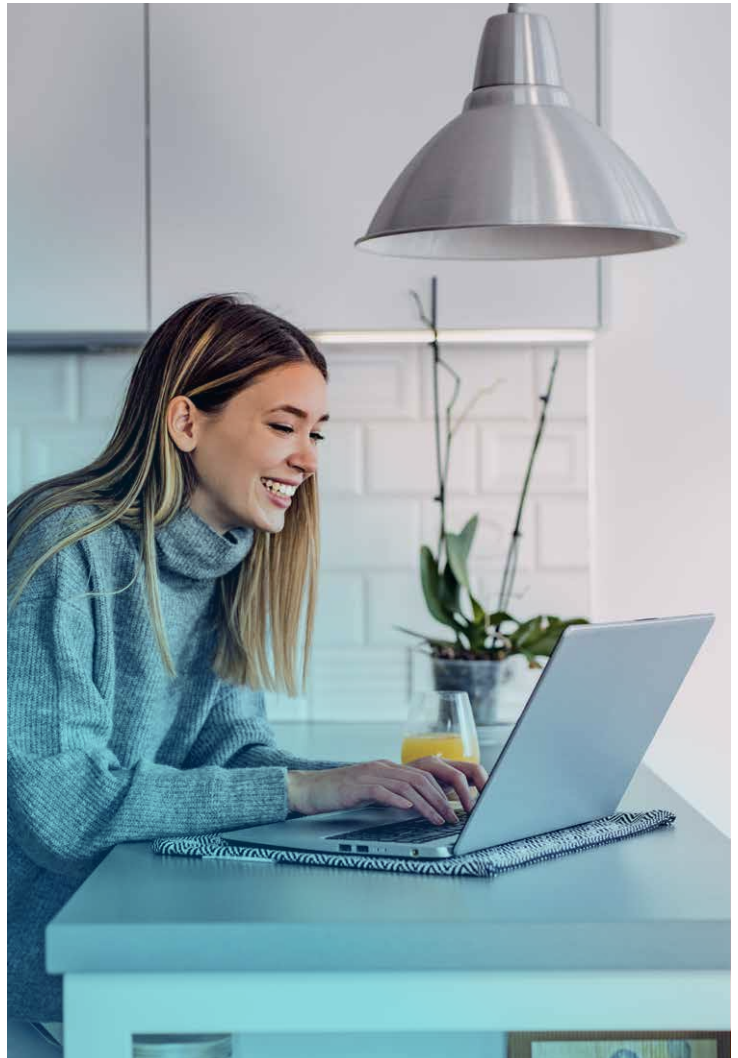


**JUAN SIMÓN FERNÁNDEZ D.**  
Especialista de Mercado,  
Empresas SURA Colombia

**PILAR  
02****SE ÁGIL EN LA INTERACCIÓN**

Los canales que se desarrollen deben prestar soluciones ágiles y oportunas para que los públicos interactúen en el momento en que lo deseen con las marcas y que cuando soliciten una información esta se les entregue en un tiempo adecuado.

**Ten en cuenta.** Si quieres ser disruptivo y tener múltiples canales debes ser consciente de lo que eso implica: una comunicación permanente y constante si no se hace de forma adecuada, tu marca puede tener un impacto negativo en la reputación ante sus públicos.

**PILAR  
03****MANTÉN UN MENSAJE INTEGRAL POR TODOS LOS CANALES**

Aunque cuenten con uno o varios canales de comunicación, las empresas deben cuidar que su propuesta de valor se materialice de igual forma en cada uno.

**Ten en cuenta.** Debes responderles a tus clientes con el mismo lenguaje, sin importar la aplicación. Sin embargo, la estrategia debe tener en cuenta que la información varía de acuerdo al medio, sin perder la integralidad del mensaje de tu marca.

**PILAR  
04****ATIENDE A TU CLIENTE CONSERVANDO SU SINGULARIDAD**

Las marcas no deben olvidar que, aunque están estandarizando su comunicación con los públicos, tienen que evitar convertirse en *bots* (*software* que efectúa tareas automatizadas) y perder de vista la singularidad del cliente.

**Ten en cuenta.** Cada caso es único; al otro lado se encuentra una persona que requiere una solución a su inquietud y por eso la interacción debe ser cercana y humana. Entre más personalizada sea la información que se le suministre, más afianzarás la relación con tu cliente.

## Y AHORA, ¿CÓMO ELIJO EL CANAL ADECUADO PARA MI NEGOCIO?

Después de conocer los cuatro pilares para definir tu estrategia por redes de mensajería, te damos dos pistas para escoger la que mejor se adapte a las necesidades de tu empresa:

- Indaga con tus grupos de interés cómo desean interactuar con tu marca.
- Estudia las aplicaciones disponibles en el mercado, sus características, qué ofrecen y cómo se adaptan a las necesidades de tus grupos.

Los pasos anteriores son claves porque es posible que en tu compañía hayan optado por una red que sea más segura y proteja mejor los datos y la información que circula por sus plataformas, pero tus clientes no la conozcan tanto como aquella que es gratuita y que no les consume datos de su plan móvil.

Por esta razón tu estrategia de relacionamiento debe responder a ese escenario sin establecer posiciones radicales. Además, hay redes que disponen de versiones *business* o empresariales que facilitan el contacto con opciones de divulgación y centralización de la información, generación de categorías, automatización de mensajes, entre otras.



FACEBOOK, INSTAGRAM, LINKEDIN, WHATSAPP E INCLUSO TIKTOK OFRECEN PERFILES EXCLUSIVOS PARA LAS EMPRESAS. CONOCE CUÁLES SON SUS CARACTERÍSTICAS, CUÁLES MÉTRICAS MONITOREAR Y ALGUNAS RECOMENDACIONES PARA GESTIONARLAS.



### LAS REDES DE MENSAJERÍA MÁS UTILIZADAS

| Características   | WhatsApp | Telegram | Signal |
|---|----------|----------|--------|
| Perfil empresarial  | ✓        |          |        |
| Respuestas automáticas  | ✓        |          |        |
| Catálogo de productos   | ✓        |          |        |
| Verificación de insignia (comprobación de la cuenta por parte de la aplicación) | ✓        | ✓*       |        |
| Canal   |          | ✓        |        |
| Acceso multidispositivo   | ✓        | ✓        | ✓      |
| BOT (asistente virtual)   | ✓        | ✓        | ✓      |
| Conexión con otras plataformas  | ✓        |          | ✓      |
| Difusión medios - estados   | ✓        |          | ✓      |
| Categorización de clientes  | ✓        |          |        |
| Módulo de pagos   | ✓        | ✓        |        |

\*Cuenta con verificación insignia para sus canales y bots o asistentes virtuales de grandes activos.





## Divulga tu política de privacidad y protección de datos

Debido a cambios recientes en las políticas establecidas por WhatsApp, la red de mensajería más popular del mercado (más de 2.000 millones de usuarios en todo el mundo), los usuarios y los entes reguladores de cada país cada vez quieren conocer más acerca de cómo estas aplicaciones protegen la privacidad y los datos que les suministran para poder utilizarlas en sus dispositivos.

En este contexto, las marcas deben contar con una política en la que les deben informar a sus clientes qué datos se van a recopilar, cómo lo harán, cómo se procesan, para qué se van a usar, si se van a compartir con terceros, y solicitar la autorización para su manejo.

### ¿CÓMO HACERLO?

- Las versiones empresariales de algunas de las redes de mensajería permiten tener mensajes de bienvenida. Estos se pueden configurar para informar, desde la primera interacción, sobre la política de tratamiento de datos de tu compañía.
- En el sitio web de tu empresa debes publicar dicha política en un lugar visible para tus clientes.
- Debes divulgarla, además, entre tus colaboradores responsables de la comunicación y el manejo de la información de los clientes,

de tal forma que ellos den cumplimiento a dicha política. Esto incluye todos los niveles de interacción, no solo desde lo digital, sino también en el contacto físico; por ejemplo, un domiciliario con acceso a la información.

- Debes tener cuidado con que la publicación no afecte la experiencia del cliente y, por el contrario, que le informes de una forma sencilla y clara previniendo los malentendidos, en línea con la tendencia de vida fácil.
- En definitiva, esta gestión debe darse de manera integral, haciendo partícipe al cliente en ella y con una explicación clara y directa.

### ¿POR QUÉ DEBO TENER UNA POLÍTICA DE PRIVACIDAD EN MI EMPRESA?

1. Cumples con las normas de protección de datos personales.
2. Evitas sanciones por incumplimiento normativo.
3. Transmites confianza, transparencia y seguridad a los clientes.
4. Permites el uso consentido de los datos para conocer a tus consumidores, fortaleces las estrategias comerciales y mejoras los productos y servicios.



## PERSONAS BIEN INFORMADAS ESTÁN MEJOR PROTEGIDAS

En SURA no cobramos ningún valor por participar en un proceso de selección ni para la contratación por la compañía.





**LAS REDES DE MENSAJERÍA, ALIADAS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE TUS POLÍTICAS DE PRIVACIDAD**

| Característica                                    | WhatsApp                                    | Telegram   | Signal                                      |
|---|---|--|---|
| Verificación en dos pasos.                        | Sí  | Sí   | Sí  |
| Bloqueo de acceso a la app.                       | Solo con huella                             | Sí, con código y huella  | Sí, con código y huella                     |
| Cifrado de extremo a extremo.                     | Sí  | Cifrado simple en chat<br>Cifrado fuerte en chat secreto   | Sí  |
| ¿Pueden leer los mensajes?                        | No  | No*  | No  |
| Asociado al número de teléfono.                   | Sí  | Sí, pero es posible ocultarlo  | Sí  |
| Almacena información en sus servidores.           | Parcialmente metadatos (datos de la cuenta) | Sí, excepto información de chat secreto  | Parcialmente metadatos (datos de la cuenta) |
| Comparte información internamente o con terceros. | Sí, con las empresas de Facebook            | Sí, comparte la información internamente con el fin de respaldar y soportar sus servicios, como lo menciona su política de privacidad. | No  |
| Autodestrucción de mensajes.                      | Sí, después de una semana                   | Solo en chat secreto   | Sí  |
| Bloqueo de captura de pantalla.                   | No  | Solo en chat secreto   | Sí  |
| Bloqueo de reenvío de mensajes.                   | No  | Solo en chat secreto   | No  |

\* Telegram únicamente aplica cifrado de extremo a extremo en los mensajes privados, por lo que técnicamente podrían verse los demás mensajes, aunque aseguran que se almacenan y se gestionan de manera privada.



**SI QUIERES APRENDER MÁS ACERCA DE LAS HERRAMIENTAS DE MENSAJERÍA PARA TU EMPRESA, ESTE CURSO QUE DISEÑAMOS EN EMPRESAS SURA ES PARA TI. ESCANEA EL CÓDIGO.**



# POTENCIALIZA EL COSTO DE LO INVISIBLE CON LA PROPIEDAD INTELECTUAL



**MARÍA CATALINA MARÍN M.**  
Especialista Legal, Empresas  
SURA Colombia

LA PROPIEDAD INTELECTUAL REGISTRADA Y PROTEGIDA HACE QUE TU EMPRESA SEA MUCHO MÁS COMPETITIVA E INCREMENTA SU PATRIMONIO ECONÓMICO. TE CONTAMOS POR QUÉ LOS ACTIVOS INTANGIBLES SON FUNDAMENTALES EN EL BALANCE DE TU ORGANIZACIÓN Y CÓMO PUEDEN LLEVARTE UN PASO ADELANTE.



La conocida frase de *El Principito* “Lo esencial es invisible a los ojos” podría aplicarse, en cierta forma, al patrimonio intelectual de una organización. Muchos factores intangibles, pero reales, como la reputación de marca, la originalidad de tus recetas o la particularidad de tus procesos, podrían ser las piezas clave para tu éxito en el mercado.

Estos aspectos hacen parte de la propiedad intelectual, un activo conformado por las ideas plasmadas en creaciones que se pueden conocer por los sentidos. Esta juega un papel crucial en el cumplimiento de los objetivos de las compañías y configura un patrimonio económico potencializable con el paso del tiempo.



EN EMPRESAS SURA  
TE ACOMPAÑAMOS  
A PROFUNDIZAR  
TUS CONOCIMIENTO  
ACERCA DE LA  
PROPIEDAD  
INTELLECTUAL.

ESCANEA EL CÓDIGO Y  
ACCEDE A ESTE CURSO.

### ¿QUÉ PUEDES PROTEGER?

La propiedad intelectual se divide en:

#### Derechos de autor

- Obras literarias.
- Artísticas.
- Audiovisuales.
- Composiciones musicales.
- *Software*.

#### PROPIEDAD INDUSTRIAL

- Las nuevas creaciones en las categorías de patente de invención y modelo de utilidad.
- Los diseños industriales.
- Los signos distintivos: marcas, lemas, nombres y enseñas.
- Los secretos empresariales, que son protegidos directamente por parte del titular, y no se requiere que medie una autoridad para su registro. Algunas formas de ejercer esa protección son: a través de la firma de acuerdos de confidencialidad, la capacitación a tus empleados o proveedores sobre el uso de tu información, la documentación del secreto empresarial, establecer reglas para su revelación, entre otros.

### ¿POR QUÉ ES IMPORTANTE PROTEGER LA PROPIEDAD INTELLECTUAL DE TUS ACTIVOS INTANGIBLES?

- Es el único medio para gozar de protección y evitar que otros puedan usar tu propiedad intelectual de manera indebida o sin autorización previa.
- Potencializa tu patrimonio.
- Genera ventaja competitiva en el mercado; para un inversionista será más atractivo un negocio con activos fijos e intangibles.

Las creaciones del intelecto humano pueden superar en valor los activos materiales con los que cuenta una empresa. Por eso, el registro de tus activos intangibles potencializa el patrimonio económico.





Tener inventariados tus activos intangibles te pone un paso delante de tus competidores.

#### **¿CUÁLES SON LOS PELIGROS DE NO REGISTRAR TU PATRIMONIO INTANGIBLE?**

Tal vez has pensado que por tener registrada tu marca en la Cámara de Comercio nadie más usará sus atributos. En realidad podría suceder que un competidor utilice el nombre de tu producto (si este no está debidamente registrado), para explotar su posicionamiento. Elementos como los colores, el tipo de letra o la identificación específica, pueden ser aprovechados por tus competidores.

¿Te ha sucedido que estando en el supermercado te diriges a un mostrador buscando un alimento específico, y al destaparlo en tu casa te das cuenta de que compraste el equivocado? Esto puede haberte ocurrido porque algunos productos logran captar la atención del cliente, haciendo referencia a la marca pionera en el mercado. Se habla entonces de aprovechamiento de reputación ajena. Puedes evitarla a través del registro, lo que te permitirá emprender acciones legales para reivindicar tus derechos sobre ese activo.

#### **¿CÓMO SE REALIZA ESTA PROTECCIÓN?**

Todo depende del bien intangible que quieras registrar; en algunos casos puedes recurrir a la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) cuando se trata de marcas, patentes, lemas y diseños industriales; el registro de derechos de autor se realiza ante la Dirección Nacional de Derechos de Autor. Recuerda que el registro en Cámara de Comercio no protege tus activos intangibles, ya que en esta entidad únicamente se verifica que no haya dos ejercicios comerciales con el mismo nombre.

Si realizas el registro de tu marca ante la SIC, garantizas que solo la empresa titular tendrá el derecho a la explotación económica y al uso de marca. Podrás también solicitarles a terceros que estén usando un distintivo similar o igual, que dejen de hacerlo, ya que el registro otorga exclusividad frente a su uso.

Este tiene una duración de diez años; si al terminar este periodo no lo renuevas, tu activo intangible quedaria desprotegido, y un tercero podría tomar la titularidad y exclusividad de la marca, evitando que puedas usarla.

Te invitamos a analizar cuáles activos de tu inventario son intangibles, y a realizar su registro. De esta forma podrás obtener los beneficios que te otorga su protección legal.

# CON EL PLAN MUÉVETE LIBRE, NOS MOVEMOS CONTIGO.



CAMINANDO

TRANSPORTE PÚBLICO MASIVO

► Te protegemos en las **DIFERENTES FORMAS** que usas para desplazarte.



BICI



PATINETA



TAXI

Ajusta tu plan a tus necesidades para que:



**Cuides tu salud con coberturas como** accidentes personales, renta diaria por hospitalización, gastos médicos y fractura o cirugía.



**Protejas tu patrimonio** si causas daños a otros o a sus cosas o si los causa tu mascota.



**Recibas un pago si te roban tus documentos.**

Puedes escoger un paquete asistencial entre **básico, clásico y preferencial.**

**Contacta a tu asesor o ingresa a [segurossura.com.co](http://segurossura.com.co)**

[segurossura.com.co](http://segurossura.com.co)

Descarga nuestra App Seguros SURA disponible en:

Líneas de atención 01 8000 51 8888  
Bogotá, Cali y Medellín 437 8888 Celular #888

**ASEGURARTE  
DE MOVERTE, VIVIR**  
ES ASEGURARTE DE





# PROTEGE LOS ACTIVOS INTANGIBLES DE TU COMPAÑÍA

EN SURA TENEMOS UNA NUEVA SOLUCIÓN QUE CUBRE LOS RIESGOS ASOCIADOS AL CONOCIMIENTO, LOS ACTIVOS DIGITALES Y LA REPUTACIÓN DE TU NEGOCIO.



**PAULA ANDREA GUZMÁN H.**  
Especialista de Diseño  
de Tecnología, Empresas  
SURA Colombia



**MÁBEL CRISTINA NATERA J.**  
Especialista en Diseño  
de Servicios, Empresas  
SURA Colombia

Los activos intangibles son los que no se pueden tocar ni palpar, pero cuyo valor es tan relevante para el funcionamiento de una empresa como lo son una máquina, una oficina o documentos físicos. Son el conocimiento que poseen los colaboradores, la información, las plataformas, los contenidos digitales y la reputación corporativa que se refleja en la percepción que los grupos de interés tienen de tu marca. En SURA creamos una solución para que asegures estos activos intangibles ante cualquier situación que los ponga en riesgo. Desde Empresas SURA acompañamos a las personas independientes, las micro, pequeñas y medianas empresas a enfrentar las incertidumbres que se les presentan, y los ayudamos a identificar los riesgos a los cuales están expuestos sus activos intangibles y a saber cómo pueden protegerlos con esta solución, así:

- **En los activos de conocimiento** te brindamos acompañamiento desde dos focos de competitividad: Talento Humano y Legal. Comprende el uso de herramientas y asesorías personalizadas en las que se analizan los cargos críticos que concentran el conocimiento de tu organización; cómo cuidar tu talento humano con estrategias de atracción y fidelización, y programas de beneficio y relacionamiento; profundizar en las consecuencias de la fuga de talento

clave para tu empresa; y asesoría legal sobre la protección de la propiedad intelectual, entre otros.

- **En los activos digitales**, desde la vertical de Tecnología y Transformación Digital, asesoramos a tu empresa en temas como fugas de información, acceso de personas a tus sistemas sin autorización, daños de ciertas plataformas y ciberseguridad. Además, te ofrecemos apoyo y capacitación en aprovechamiento de redes sociales, transformación y estrategia digital. El servicio incluye el acompañamiento de nuestros expertos financieros que te ayudará a entender cuándo y cómo invertir, y las formas de medir el retorno de una inversión.
- **Desde la vertical de Mercado** revisamos los riesgos que pueden desencadenar crisis y afectar la percepción de tus grupos de interés, cómo gestionarlas y los planes de acción y de contención. Además, le ofrecemos a tu empresa acciones de formación de vocerías, entre otros temas de interés para tu equipo de trabajo. El acompañamiento incluye tres módulos formativos con variedad de formatos: cursos, asesorías personalizadas, podcast y cartillas.



# PROTECCIÓN DIGITAL EMPRESAS FORTALECE LA CONECTIVIDAD EN BENEFICIO DE TU COMPETITIVIDAD.

SUPERINTENDENCIA FINANCIERA DE COLOMBIA  
 VIGILADO

Nuestro propósito es acompañarte en el camino hacia la competitividad, y en este recorrido queremos entregarte información, conocimiento y herramientas que puedes disfrutar por contar con la solución de **Protección Digital Empresas de SURA**:

### Boletín Conexión Digital Empresarial

**SURA:** A través de este contenido trimestral te entregaremos información relevante, novedades, buenas prácticas y servicios recomendados para acompañarte en el aprovechamiento del entorno digital y la gestión de sus riesgos.

**Fomación:** Participa en espacios de formación para el equipo de tecnología y otros equipos de tu empresa que habilitarán en ellos capacidades para la implementación de buenas prácticas, procesos y procedimientos para la gestión del entorno digital.



**Estrategias de alfabetización:** Recibe charlas, artículos, videos, pódcast, infografías, entre otros contenidos, en diferentes formatos sobre temas de interés asociados al entorno digital, desde su aprovechamiento y gestión de los riesgos.

**Descuentos** en productos de protección digital y seguridad (próximamente).

¡JUNTOS NOS ASEGURAMOS  
**DE AVANZAR!**

[segurossura.com.co/empresasura](https://segurossura.com.co/empresasura)

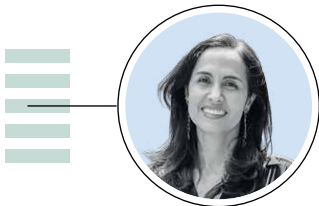






# INVERSIONISTAS CLAVES PARA TU START-UP

PERSONAS, GRUPOS O REDES DE INVERSIONISTAS PUEDEN ESTAR INTERESADOS EN APOYAR TU EMPRESA. ANALIZA ESTAS OPCIONES Y DEFINE CUÁL SE AJUSTA MÁS A TUS NECESIDADES.



**CATALINA CASTAÑO Y.**  
Gerente de Mercadeo y Desarrollo Organizacional, SURA Colombia

Son diversas las fuentes de financiamiento a las que puedes acceder según tu tipo de empresa. A medida que esta se consolida y adquiere un grado de madurez que le permite ir escalando posiciones, también tendrás a tu alcance más opciones de inversión.

Dependiendo de la industria en la que estés, el tamaño de tu empresa, modelo de negocio, su nivel de crecimiento y la madurez de tu producto, entre otros factores, serán más convenientes ciertos tipos de inversionistas frente a otros. Por esto, conocer, entender y analizar las implicaciones de cada tipo de inversión y lo que significa para tu empresa, es crucial para tomar la mejor decisión.

Por ejemplo, deberás definir si es conveniente dar un porcentaje de participación en la toma de decisiones o evaluar si el inversionista interesado aporta capital inteligente y te ayuda con su conocimiento, experiencia, visión y contactos.

Ten en cuenta que para industrias basadas en información o tecnología, pueden existir algunos tipos de inversiones adicionales, o para apoyo a proyectos específicos de innovación.

## CONOCE LOS TIPOS DE INVERSIONISTAS QUE PUEDE TENER TU EMPRESA EN CRECIMIENTO:

1

### CAPITAL SEMILLA

Se relaciona con el dinero que aporta cada inversionista para comenzar su emprendimiento y se invierte en la consecución de bienes prioritarios, tecnología y otros temas esenciales.

De igual forma, hay entidades que ofrecen capital semilla que suele provenir de recursos públicos y puede o no ser condonable, como el Fondo Emprender, administrado por el SENA, y los programas de INNpulsa, a partir del cumplimiento de unos requisitos base.

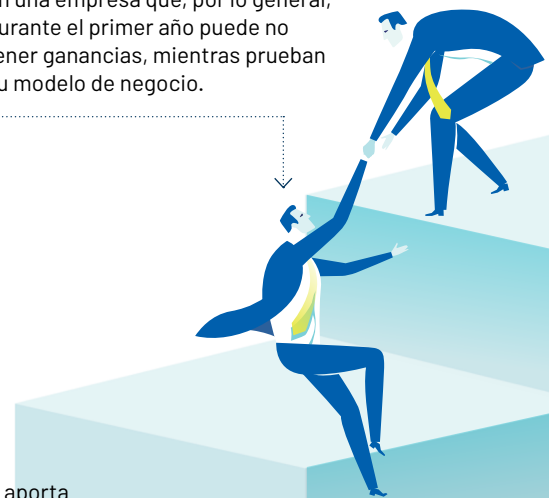
A esto se suman incentivos otorgados a través de concursos o convocatorias, como los de Apps.co y Ventures, entre otros.

2

### LAS 3F O FFF

*(friends, family and founders)*

Dentro del capital semilla pueden entrar recursos que aportan amigos, familiares (papá, mamá, hermanos, tíos) y los inversionistas que toman el riesgo temprano. Dado que están invirtiendo a riesgo en una empresa que, por lo general, durante el primer año puede no tener ganancias, mientras prueban su modelo de negocio.



Dependiendo del tipo de negocio o industria, si está basada en el conocimiento, hay diferentes tipos de capital semilla y de organizaciones que los otorgan.

3

## ÁNGELES INVERSIONISTAS

### (Business angel)

Hacen parte del ecosistema de emprendimiento y son personas naturales, grupos o empresarios expertos que proveen capital inteligente a los emprendedores para que puedan crecer, a partir de un análisis de fondo de la rentabilidad de los emprendimientos y su proyección a corto, mediano y largo plazo, así como del conocimiento del modelo de negocio y del emprendedor. Aportan no solo recursos, sino también conocimiento, experiencia.

Algunos hacen parte de redes de ángeles inversionistas que se han unido para reducir costos en la búsqueda de los emprendedores, en los procesos de selección y filtro de los candidatos, y en la preparación de los empresarios para que tengan mayor éxito en las rondas de inversores.

Según un estudio de Rockstart, más del 60% de los ángeles inversionistas llevan entre 1 y 4 años realizando este tipo de inversiones en Colombia, e invierten en más de una empresa a la vez (en promedio entre 4 y 8); el 55% son empresarios, el 26,3% son directivos o empleados de una empresa, y un 15% se dedica de forma exclusiva a este tipo de inversiones.



CONOCE MÁS  
ACERCA DE  
ÁNGELES  
INVERSIONISTAS  
EN AMÉRICA  
LATINA

ESCANEANDO  
ESTOS CÓDIGOS.



Red de Ángeles  
Inversionistas (Colombia)



INVX (Colombia)



AngelHub (México)



Red de Ángeles Inversionistas  
TIC (Colombia)



Red Enlaces  
(República Dominicana)



Asociación Latinoamericana de  
Ángeles Inversores Xcala (Uruguay)



Red de Inversionistas Ángeles de la  
Alianza del Pacífico (Chile, México,  
Perú y Colombia)



Red Mexicana de Inversiones  
(México)



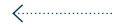
Ventura (Colombia)

4

## CAPITAL INTELIGENTE

No solo aportan capital, sino también recursos tangibles y no tangibles, como experiencia (conocimiento), *software*, contactos, desarrolladores, entre otros. A cambio esperan ocupar un cargo en la junta directiva y ser parte de la sociedad, y demás consideraciones que debes analizar y evaluar.

A medida que la empresa crece y madura, surgen otras opciones de financiación e inversionistas. También puede aplicar a beneficios del gobierno o a aceleradoras de *start-up* que generan soluciones para la consolidación de los proyectos.





5

### Venture Capital (VC)

## CAPITAL DE RIESGO EMPRENDEDOR

Son inversiones de capital que hacen firmas de VC que esperan una participación en acciones en *start-ups* con gran potencial de crecimiento y expectativas de retornos altos. Este tipo de inversión, según Colombia Fintech, viene en crecimiento exponencial en los últimos cinco años, y se estima que en el país hay, aproximadamente, 122 fondos en operación.

Por ejemplo, en Grupo SURA contamos con un fondo corporativo de *venture*, que ha invertido en compañías con soluciones innovadoras y modelos disruptivos en las verticales Fintech, Insurtech y Healthtech que, además, aportan en la transformación de las compañías del Grupo y la generación de negocios.



### CONOCE MÁS SOBRE OPCIONES DE EMPRESAS QUE LE APUESTAN AL VENTURE CAPITAL.

ESCANEA ESTOS CÓDIGOS.



Grupo SURA (Colombia)



Acumen Latam Capital Partners (Colombia)



Ewa Capital (Colombia)



InQLab (Colombia)



Impulsum Ventures (Colombia)



Magma (Chile)



Angel Ventures (Perú)



Kaszek (Argentina)



Dalus Capital (México)



Angel Ventures (México)



QED Investors (Estados Unidos)



Prosperal Capital Partners (Uruguay)

## CLAVES PARA ELEGIR UN INVERSIONISTA

- Busca el apoyo de un asesor financiero a partir de la etapa en la que se encuentre tu empresa, sea de inicio, crecimiento o maduración. Por ejemplo, puedes aplicar a diferentes rondas de inversión, categorizada por series: A, si es la primera vez que buscas inversores externos; B, si ya tu empresa es rentable y necesita expandirse y crecer hasta llegar al mezanine y estar a un paso de salir al mercado público o la bolsa de valores.
- Estudia muy bien quién es el que va a invertir, qué te puede dar además de dinero, por ejemplo conocimiento financiero; si puede llegar a interferir en tus objetivos a largo plazo; revisa la idoneidad de donde proviene el capital, entre otros temas. Ten la seguridad de que él ya hizo lo mismo y ha estudiado tu empresa para asegurarse de que vale la pena invertir en ella.
- Conoce qué contraprestación espera recibir a cambio de su inversión y hasta dónde puedes entregar tu capital y que no se termine diluyendo tu emprendimiento y tu esfuerzo.

## UN FUTURO CON GRANDES INVERSIONES

Según un informe de la Asociación para la Inversión de Capital Privado en América Latina (LAVCA), en 2020, y pese a la incertidumbre por la pandemia, los inversionistas firmaron 488 acuerdos con empresarios, y crece el interés por parte de inversores internacionales de apoyar emprendimientos colombianos.

Las *start-ups* innovadoras, con alto potencial de crecimiento, figuran como las de mayor interés para la inversión extranjera, dado que también representan en los estudios expectativas de retornos altos. De ellas hacen parte compañías financieras, de comercio electrónico y empresas de tecnología en bienes raíces.

Algunas, como las *start-ups fintech*, que son tendencia en tema de tecnología y desarrollos financieros, como señala Colombia Fintech, están apalancadas en el liderazgo que en los últimos años tiene el país en este tema, considerado hoy el tercero más importante en la región, y la consolidación de fondos de capital privado.

# CONOCE LA NUEVA SOLUCIÓN DE SURA PARA INDEPENDIENTES Y DUEÑOS DE PYMES

## e-Compr@ Segura



- ▶ Te protege a ti y a tus clientes.
- ▶ Te acompaña, te respalda y te brinda un sello de reconocimiento por tus buenas prácticas.
- ▶ Te reta para ayudarte a alcanzar tus objetivos.

**Espera pronto más información**

**ASEGURA EL COMERCIO  
ELECTRÓNICO DE TU EMPRESA**

segurossura.com.co







# LIQUIDAR ACTIVOS FIJOS, OXÍGENO PARA ENFRENTAR SITUACIONES CRÍTICAS



**DIEGO ANDRÉS CASTRO P.**  
Especialista en Gestión  
Financiera, Empresas SURA,  
Colombia



**JUAN MIGUEL VÉLEZ P.**  
Analista Inversiones  
y Tesorería,  
Suramericana S. A., Colombia



MUCHAS EMPRESAS HAN OPTADO POR ESTA FÓRMULA PARA GENERAR LIQUIDEZ DURANTE LA PANDEMIA. LA CLAVE ES CONTAR CON UN PLAN PARA DARLES UN USO INTELIGENTE A ESOS RECURSOS.

En tiempos de dificultades económicas, una de las alternativas a la que recurren muchas empresas que requieren generar liquidez y ganar capital de trabajo, para garantizar la sostenibilidad de sus operaciones, es la venta de algunos de sus activos fijos.

Estos son aquellos bienes o derechos, tangibles o intangibles, como inmuebles, maquinarias, mobiliarios, acciones o bonos que, en el momento de adquirirlos no se contempla una venta programada, pero que por la urgencia se convierten en oxígeno para enfrentar situaciones complejas.

Tomar esta decisión requiere de un análisis previo en el que, desde tu empresa, debes realizar una evaluación de la situación financiera que te permita establecer qué escenario económico es el que estás enfrentando, cuáles son las mejores opciones para aumentar la liquidez y si una de estas es la venta de los activos disponibles.

El proceso comprende tres fases: antes, durante y después de la venta. A continuación te explicamos lo que se debe tener en cuenta en cada una.



## ANTES

El objetivo principal de esta acción, además de recibir recursos que le permitan a tu empresa respirar en un momento complicado de sus finanzas, es generar capital de trabajo que garantice la sostenibilidad de las operaciones.

Sin embargo, antes de liquidar activos fijos, debes tener en cuenta algunos factores:

- ¿Cuántos activos fijos tiene la empresa? Haz un listado con la descripción de cada uno.
- ¿Cuál es el valor comercial de cada uno? Para esto conviene asesorarte de expertos en avalúos de este tipo que te ayuden a determinar su precio real en el mercado.
- ¿Ese activo es productivo y es fuente de ingresos para la compañía, o por el contrario es improductivo y no reporta ningún beneficio para las operaciones?
- ¿Ese activo fijo está libre de deudas y compromisos legales (garantías o embargos), o situaciones adversas que limiten el proceso de venta?
- ¿Cuál sería la magnitud del beneficio que le generará a la liquidez de la empresa si se decide su venta?

El objetivo final no debe ser la venta de los activos fijos, sino generar liquidez y capital de trabajo para seguir operando.

## DURANTE

Debes tener en cuenta cuál es el propósito que tiene tu empresa para garantizar su sostenimiento, con estimaciones y proyecciones del uso que les dará a los recursos que recibirá por los activos.

Para ello debes contar con un plan de negocio para la administración de esos dineros y su inversión en aspectos realmente necesarios, de modo que no se malgasten y se disminuyan los riesgos de una mala operación.

Ese plan debe incluir lineamientos para el flujo de caja, la generación de un retorno con las inversiones a realizar y el seguimiento en el cumplimiento del objetivo definido.



## LOS SÍ Y LOS NO

### ¿CUANDO SÍ VENDER UN ACTIVO FIJO?

Cuando es un activo improductivo, tiene un valor significativo en el mercado, no genera capital y el costo de sostenimiento es mayor al beneficio que le representa a la empresa, por lo cual su venta es recomendada.

### ¿CUÁNDO NO?

Cuando el activo fijo le genera ingresos a la compañía y por su valor en el mercado su venta no representa un beneficio significativo para el aumento de la liquidez, aunque si este es parte vital en la operación, puede venderse, pero siempre considerando el acceso futuro.

## DESPUÉS

El objetivo de la venta es que aumente la liquidez de tu empresa, aporte a su reactivación económica, mejore el flujo de caja e incremente los ingresos.

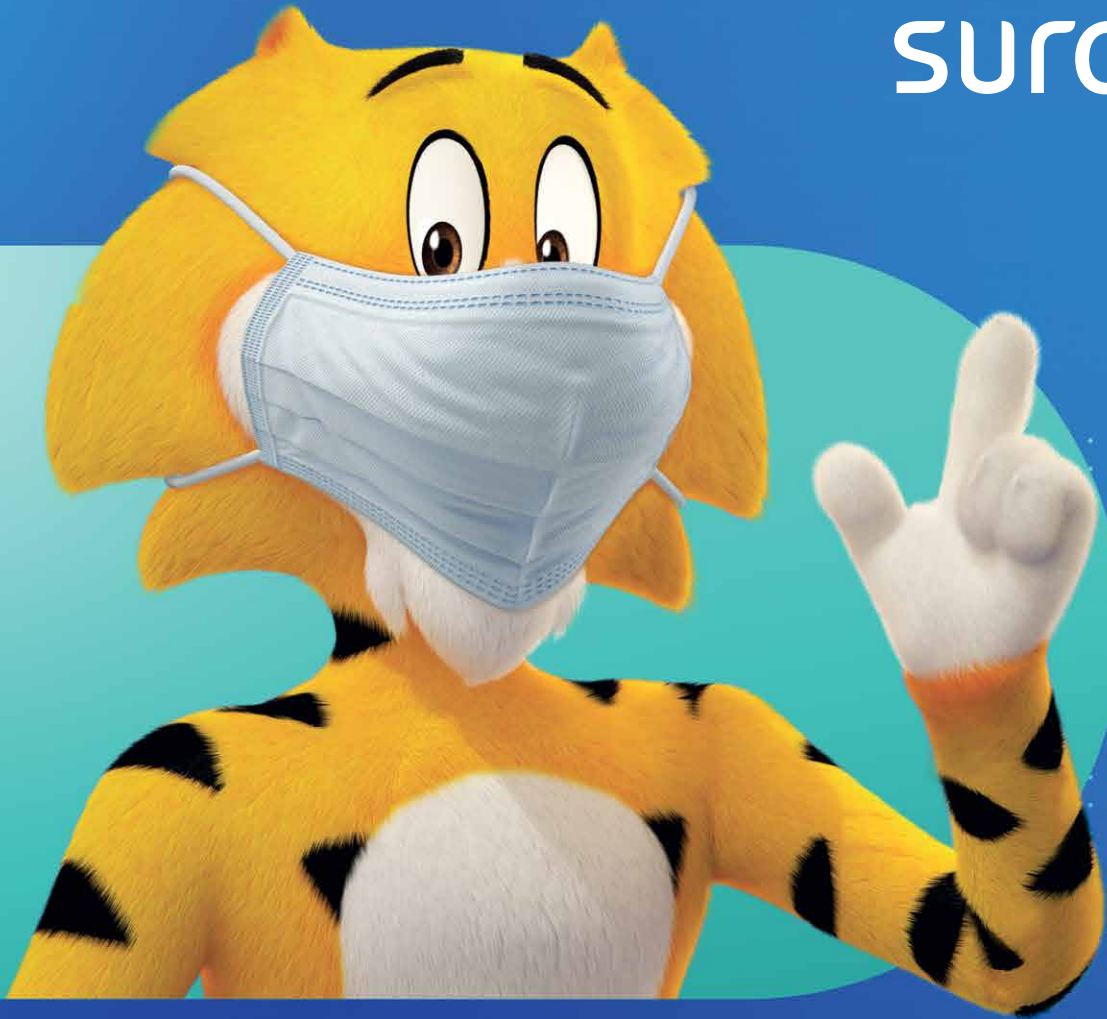
Una vez la transacción haya sido efectuada, debes plantearte los mecanismos para recuperar las funcionalidades del activo vendido, dado que su liquidación afectará los estados financieros y le quitará solvencia a tu compañía.

Puedes vender activos productivos pero continuar accediendo a ellos, sea el mismo que se negoció u otro diferente que adquieras a menor valor del que le representaba antes de la transacción.

Una de las alternativas más recomendadas para hacerlo es por *leasing*. Por ejemplo, si la empresa tiene un inmueble propio, puede ir a un banco e hipotecar el inmueble. De este modo, recibirá unos recursos, seguirá pagando un arrendamiento financiero y al terminar de legalizar esa obligación, volverá a ser su propietario.







**BIEN HECHO**  
SI EN EL **ALMUERZO**  
MANTIENES EL  
**DISTANCIAMIENTO.**

ESCUCHA A TU CUERPO Y SI TIENES ALGÚN SÍNTOMA  
**ingresa a [segurossura.com.co/covid](https://segurossura.com.co/covid)**





# EMPRESAS A TODA MÁQUINA

ADMINISTRAR LA MAQUINARIA Y LOS EQUIPOS DE TU COMPAÑÍA ES UNA TAREA CLAVE QUE PERMITE IDENTIFICAR UN BUEN MOMENTO PARA COMPRAR, HACER MANTENIMIENTO O REEMPLAZAR.





Contar con las maquinarias y los equipos idóneos y en condiciones aptas para el desempeño de las funciones de tu empresa requiere de un estudio detallado, con el análisis de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas de cada uno. Esto te brindará una radiografía del estado en que estos se encuentran y podrás determinar la estrategia que mejor se adapte a las necesidades de tu compañía.

Mientras más exigente seas en este proceso al interior de tu empresa, tendrás un mejor desempeño que redundará en mayor productividad y competitividad.

Las maquinarias y equipos nuevos pueden ser más eficientes y ocupar menos espacio, además de ofrecer menos riesgos de daños.

---

No tener certeza del estado o desconocer las funcionalidades de los equipos de tu empresa se podrá reflejar en una reducción de la eficiencia operativa y la falta de disponibilidad de recursos, como tiempo y energía, que conducirán a pérdidas económicas. En consecuencia, la productividad de tu negocio se podrá ver afectada de forma negativa si no cuentas con los activos idóneos para desempeñar tu labor.

Los escenarios varían entre comprar nuevos elementos en el caso de no tener disponibles los que necesitas, realizar mantenimientos predictivos, correctivos y preventivos a los que tienes en uso (porque en algún momento pueden fallar) o reemplazarlos cuando en definitiva ya no tienen arreglo.

Para saber cuándo es el momento indicado de cada una de estas etapas y realizar una gestión efectiva de estos activos, te explicamos algunos aspectos que debes considerar.





Contar con políticas y un plan de mantenimiento de los equipos prolonga su vida útil y retrasa la posibilidad de reemplazarlos por maquinaria nueva.



#### SI VAS A COMPRAR MAQUINARIA Y EQUIPOS NUEVOS

Al adquirir activos nuevos es importante realizar un estudio de mercado que determine cuáles son las mejores alternativas para tu empresa. Por ejemplo, si resulta más económico adquirirlos de forma local o importados, o si la tecnología de los productos extranjeros es superior a la que hay disponible en el país.

Estas son preguntas claves que debes resolver teniendo en cuenta la estrategia de tu negocio y sus respuestas te permitirán definir si la compra realmente es necesaria y cumplirá con la necesidad inmediata y futura, y si está acorde con la proyección y la visión de tu empresa, tanto en lo operativo como en lo financiero.

En el caso de que decidas importar los equipos, debes tomar en cuenta el proceso logístico que esto implica: pago de impuestos, cumplimiento de estándares internacionales, transporte y que el fabricante te brinde un soporte técnico en el país para la instalación y la operación.

#### SI VAS A HACER MANTENIMIENTO A LOS ACTIVOS DISPONIBLES

Efectuar mantenimientos correctivos (una vez se presenten daños) y preventivos (de manera programada y periódica) de los equipos disponibles es otra opción en la gestión de este inventario para garantizar que su operación sea óptima. Además, desde el aspecto financiero es saludable que esto se haga, ya que no siempre tu empresa podrá asumir la adquisición de activos nuevos. El cuidado adecuado resultará más económico y alargará su vida útil.

Este proceso debe hacer parte de un programa estructurado que diseñe tu empresa. Para que el mantenimiento sea más efectivo es importante que sostengas una comunicación frecuente con el fabricante y que tengas a la mano los manuales que este suministre (o solicitarlos en caso de que esto no suceda), con información útil acerca de las pautas que se deben llevar a cabo para el cuidado preventivo.

## CLAVES PARA PREVER LA OBSOLESCENCIA TECNOLÓGICA

Elabora un inventario de todos los recursos tecnológicos de tu empresa en la que puedas visualizar el panorama de la obsolescencia de los equipos.

Define un plan estructurado de obsolescencia y hazle un seguimiento periódico.

Incluye, dentro de las proyecciones financieras de tu empresa, la actualización y la renovación de los recursos tecnológicos.

Realiza, adecuadamente, el reciclaje de los equipos tecnológicos de tu compañía.



**SI VAS A REEMPLAZAR TU MAQUINARIA Y EQUIPOS**

Una posibilidad con la que las empresas deben convivir es el hecho de que el diagnóstico permanente que se le realiza a la maquinaria durante su mantenimiento indique que es tiempo de reemplazarla, ya que su vida útil ha terminado y no es ideal, desde lo operativo y lo económico, seguirle insistiendo con correctivos.

Tu empresa debe identificar la mejor manera de hacer una disposición final del equipo, incluso preguntándole al fabricante si está en capacidad de recibirlo, no como forma de pago sino para que el proceso sea sostenible y amigable con el entorno, reciclando algunas de sus partes.

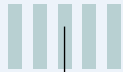


**DIEGO FERNANDO CASALLAS C.**  
Analista de Administración de Riesgos.  
Seguros SURA, Colombia

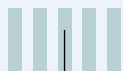




# “HICIMOS LA TAREA”



**ANDREA DEL PILAR PARGA**  
Gerente general de Concretol



**EDEUNIS BELTRÁN**  
Gerente administrativa  
de Concretol

CONCRETOL ES UNA EMPRESA QUE HA IMPLEMENTADO CAMBIOS Y TRANSFORMACIONES EN SUS PROCESOS A PARTIR DEL ACOMPAÑAMIENTO QUE LE BRINDAMOS DESDE EMPRESAS SURA.

“No solo nos quedamos con la información y el acompañamiento que nos dieron, sino que lo pusimos en práctica, es decir, hicimos la tarea”. Así lo afirma la gerente general de Concretol, Andrea del Pilar Parga, una compañía tolimense, con sede en Ibagué, aliada estratégica de Grupo Argos que se dedica a la venta de concreto premezclado y morteros.

Su modelo de negocio está centrado en responder a las necesidades de sus clientes y promover el desarrollo socioeconómico de su región. Por esto han participado en algunos de los proyectos más importantes de infraestructura y desarrollo urbano, como el estadio alterno de Ibagué, la clínica Avianti y el puente vehicular Gualanday-San Luis.

“En medio de la pandemia, nuestro asesor de seguros se puso en contacto con nosotros para ofrecernos el acompañamiento de Empresas SURA. Y, gracias a esto, nos dimos cuenta de que podíamos mejorar nuestras finanzas con la optimización de algunos costos que impactan en la operación”, comenta la gerente administrativa, Edeunis Beltrán.

“Además del tema de optimización de costos revisamos temas como cartera, capacidad de en-

deudamiento y liquidez, porque con las dificultades económicas que trajo la pandemia teníamos que cuidar cada centavo y ser muy juiciosos en el manejo de las finanzas”, agrega Beltrán.

A esto se sumó el acompañamiento en desarrollo tecnológico: “Nosotros estábamos realizando una actualización en la página web y en ese momento fue muy oportuno el aporte de la asesoría de SURA. Los especialistas nos hicieron ver lo valioso que podría ser posicionarnos desde lo digital”, añade Parga. Esa transformación se ha visto reflejada en las ventas en línea, la audiencia creciente en redes sociales y la conexión con sus clientes en medio del teletrabajo.

Además, en el área de Talento Humano recibieron acompañamiento en temas de remuneración variable de sus colaboradores, bajo la estrategia de salarios emocionales y motivacionales, lo que implicó la creación de nuevas políticas salariales.

“Creemos que siempre hay espacio para mejorar y para crecer, y Empresas SURA nos llevó a descubrir en qué debíamos mejorar y cómo podíamos hacerlo”, concluye la gerente general de Concretol, Andrea del Pilar Parga.

PÓDCAST SURA



IMPLEMENTA  
EN TU EMPRESA

**UNA GESTIÓN  
EFICIENTE DE  
LOS RECURSOS**



Escucha este podcast de ⌚ 12 min

La gestión eficiente de los recursos en las empresas es el tema central de este episodio del Pódcast SURA. **Conoce más acerca de cómo designar correctamente los recursos** para maximizar su eficacia y alcanzar las metas de tu compañía.

**¿Cuál es su importancia?, ¿cómo empezar a hacerlo?, ¿por qué es esencial involucrar a tu equipo de trabajo?** Estas son algunas de las preguntas que resolvemos en esta entrega con los especialistas de Empresas SURA.



Escanea este código para escucharlo y comparte con otros empresarios este episodio del Pódcast SURA.

# YO LE DIGO SÍ A LA VACUNA

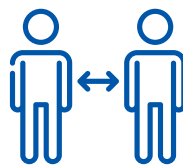
Y MANTENGO TODAS  
LAS MEDIDAS DE  
BIOSEGURIDAD



El lavado  
de manos.



El uso de  
tu tapabocas.



Mantener el  
distanciamiento.



Mantener los  
espacios ventilados.

**Aprende e infórmate más  
sobre la vacuna en:**  
[segurosura.com.co/covid](https://segurosura.com.co/covid)

