

verne
Future Mindset



FUTURE

Mindset

eBook

LIDERAZGO

11 perspectivas para un
mundo en transformación



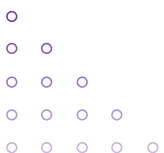
PERSPECTIVA

En Verne presentamos el primer eBook colaborativo: Future Mindset. Un documento que recoge el pensamiento y la mirada de especialistas de distintos campos como la Psicología, el Coaching, las Comunicaciones, las Ciencias del Aprendizaje, la Educación, la Administración y la Tecnología.

A cada uno de los participantes les pedimos responder a dos preguntas: ¿Qué tipo de liderazgo se necesita en esta nueva era? ¿Qué habilidades necesitan las personas para enfrentar este nuevo escenario global?

El resultado ha sido el eBook que hoy compartimos con todos ustedes: una diversidad de pensamientos y reflexiones que nos permite a cada uno de nosotros repensar nuestras acciones y ampliar nuestra mirada, y por qué no, desarrollar una nueva mentalidad.

Un agradecimiento especial a cada uno de los que hicieron posible esta primera edición.





www.verne.la

**Construimos experiencias de aprendizaje
únicas, basadas en las nuevas habilidades
que necesitan las personas en la era digital.
Acompáñanos en este viaje.**

EQUIPO

Victor Lozano
Director de Innovación

Julio Talledo
Director de Operaciones

María Montaña
Product Manager

Giancarlo Falconi
Director Asociado

Cielo Corescob
Diseñadora

ÍNDICE

Patricia Canepa ○ ○ ○ ○ ○ 06
Consultora | Gestión y Liderazgo
| Futuro del trabajo

Mónica Prochazka ○ ○ ○ ○ ○ 08
Directora en Diálogos

Alicia Martínez ○ ○ ○ ○ ○ 10
Head of Communications Enel Perú

Hobber Siccha Ayvar ○ ○ ○ ○ ○ 13
Especialista en Tecnología de
Información

Neus Portas ○ ○ ○ ○ ○ 15
| Fundadora Learnability Hub

Marco Avilés ○ ○ ○ ○ ○ 17
Consultor en racismo, equidad
y comunicación

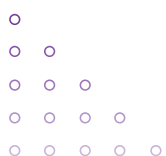
Jessica Vlásica ○ ○ ○ ○ ○ 20
Jefe de diseño de entornos de
aprendizaje en Universidad Peruana
de Ciencias Aplicadas

Jose Luis Orihuela ○ ○ ○ ○ ○ 22
Profesor de Comunicación
Multimedia en la Universidad de
Navarra, conferenciante y escritor.

Patricia Flores Figueroa ○ ○ ○ ○ ○ 24
Psicoterapeuta y Coach Profesional.
Fundadora y Directora de Ágape
Coaching & Training

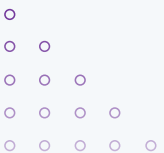
Francisco Palao Reinés ○ ○ ○ ○ ○ 27
Escritor. Especialista en Innovación
Tecnológica, Desarrollo personal y
corporativo

Rafael Zavala ○ ○ ○ ○ ○ 29
Director de Relaciones
Institucionales en el
PAD - Universidad de Piura



**LA TIERRA NO
NECESITA NUEVOS
CONTINENTES, SINO,
PERSONAS NUEVAS.**

Jules Verne





“El líder debe alimentarse de la **inteligencia colectiva**”

Patricia Canepa

Consultora | Gestión y Liderazgo | Futuro del trabajo

LIDERAZGO

No es un escenario fácil y las crisis suelen ser pruebas ácidas de liderazgo. En tiempos de incertidumbre, las personas voltean y miran al líder para conseguir las respuestas y un sentido de dirección—eso no cambia. De tal manera que su rol hacia los colaboradores y demás stakeholders es crítico.

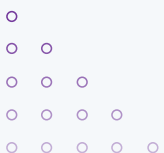
Tiene que actuar con calma, claridad y transparencia. Debe saber confesar que no tiene todas las respuestas cuando sea el caso, y retar al equipo para ayudar a encontrarlas. Se requiere un liderazgo colaborativo porque ya pasaron los tiempos del líder “superman,” que lo sabe todo y tiene todas las respuestas.

Su tarea ahora es recuperar ventas y liquidez para estabilizar a la empresa, si es que esta se vio afectada. No es una tarea fácil, para ello, debe saber escuchar y alimentarse de la inteligencia colectiva en su empresa porque

muchas cabezas piensan mejor que una. Si están fuera de la empresa es mejor, y si están en otro sector, mejor aún. Debe saber pasar la posta al que más sabe más sobre un tema puntual, lo cual no quiere decir dejar su rol de líder, de portavoz.

Es un momento donde las necesidades están en el corto plazo y son enormes. Es por ello que los empresarios deben estar muy lúcidos y bien informados sobre lo que sucede en el mundo y cómo esto podría impactarlos en el corto o mediano plazo.

En su desesperación de recuperar tiempo perdido, sin embargo, no puede olvidar de estar cerca a sus colaboradores, preocuparse por ellos y de su bienestar. Es primordial motivar y también sobre-comunicar (estrategias, prioridades, expectativas) para tener a la empresa alineada y dando lo mejor de sí.



HABILIDADES

Es un momento de reinención y la imaginación y la creatividad serán fundamentales en este proceso.

Tengo mucha confianza en los peruanos. Estamos acostumbrados a trabajar con limitaciones y pocos recursos y eso nos hace muy creativos. La creatividad es una de las habilidades clave para enfrentar un mundo post-coronavirus y; en general, un mundo que cambia a velocidades exponenciales.

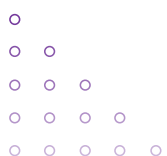
Aprender a resolver problemas complejos es importante, porque los desafíos que enfrentamos, como reinventar nuestros modelos de negocio, transformar la cultura organizacional, o recuperar las ventas perdidas, no son fáciles de resolver y no tienen solo una respuesta. Hay que aprender a trabajar de manera colaborativa y con métodos ágiles que promueven la creatividad e incorporan diversas ideas para lograr mejores soluciones.



Creo que el cambio empieza con uno mismo y hay que estar atentos a las carencias del mercado que evidencian brechas por el lado de dominio digital/tecnológico y habilidades blandas. Desde ahora, pero aún más en el futuro, tendremos que trabajar de la mano de la tecnología porque más allá de las eficiencias, te abre puertas a nuevas soluciones y te ayuda a pensar fuera de la caja. Si no estamos al día con las diversas tecnologías o lo que pueden hacer por nosotros, estaremos en desventaja.

Finalmente, también es momento de pulir las habilidades de relacionamiento social, la inteligencia emocional, que son la base para el trabajo colaborativo y donde nos diferenciamos de las máquinas. Como decía Einstein, "las crisis dan pie al progreso", y estoy convencida que estaremos a la altura si trabajamos en estas áreas.

“Será un momento de reinención, la imaginación y la creatividad serán fundamentales en este proceso”



Patricia Canepa



patriciacanepa



“Mirar con ojo crítico el rol y la contribución de nuestras empresas a un sistema mayor, que es el planeta, cuyo único fin es mantener su balance”

Mónica Prochazka

Directora en Diálogos

MINDSET

Necesitaremos **Humildad y Pensamiento Sistémico** para poner en perspectiva y mirar con ojo crítico el rol y la contribución de nuestras empresas a un sistema mayor, que es el planeta, cuyo único fin (del planeta) es mantener su balance; y para comprender la importancia de escuchar a la ciencia para cambiar todo lo que sea necesario para generar sostenibilidad para el futuro de la especie humana.

Capacidad de Desaprender y Deconstruir para darnos cuenta que no es el momento de inventar salidas rápidas ni desesperadas. Es verdad que todos queremos mantener-

nos a flote en estos momentos, pero, a mediano plazo, el cambio real debe darse en nuestro modelo mental: ¿qué mentalidad ya no nos va a funcionar si queremos generar sostenibilidad económica, laboral, social, y ecológica?

Ética, Cooperación y Altruismo para comprender la disfuncionalidad del egocentrismo y el individualismo, y darnos cuenta que para lograr robustez ante la adversidad debemos enfocarnos en lo colectivo: diversidad, autoorganización, libertad, comunicación, confianza, servicio y flexibilidad.



“Debemos darnos cuenta que todas nuestras acciones impactan en el ambiente y en los demás”



HABILIDADES

La habilidad más importante, antes y después del COVID-19, es la Flexibilidad para adaptarnos al cambio, especialmente a este que estamos viviendo, que nos obliga a cambiar nuestros comportamientos para la supervivencia de nuestra especie. Para esto, debemos darnos cuenta cuáles comportamientos anteriores ya no nos sirven, y practicar los nuevos hasta volverlos hábitos.

Luego, la Auto-regulación, que viene de la Inteligencia de Enjambre, y que requiere dejar el egocentrismo de lado (“yo y lo que yo quiero”). Debemos darnos cuenta que todas nuestras acciones impactan en el ambiente y en los demás, y regular nuestras propias acciones para el beneficio colectivo.

Para lograr autorregularnos, requerimos desarrollar primero la Visión Periférica, que nos permite mantener la sincronía con los demás para avanzar en conjunto hacia un objetivo, y el Altruismo, que nos permite actuar en bienestar del otro, del grupo o del equipo, por sobre el bien individual.



Mónica Prochazka



monicaprochazka



“El líder que necesitamos es el que ha sabido elegir expertos que gestionan con él”

Alicia Martínez

Head of Communications Enel Perú

LÍDERES

Las teorías sobre el liderazgo nos cuentan una historia: que el liderazgo autocrático permite gestionar mejor las crisis porque al concentrar el poder, permite tomar decisiones rápidas y sin discusión. Esta crisis me enseñó que eso no es cierto. Esa idealización de un líder que decide óptimamente desde el control total es lo más lejano a lo que se necesita en una crisis, especialmente esta.

Lo que hoy vivo me enseña que el líder que necesitamos en estas crisis –y siempre- es el que ha sabido elegir expertos que gestionan con él.

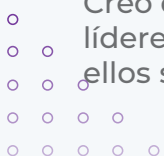
Y aquí hablo de preparación previa. La crisis no es el momento para formar a tu equipo. La crisis tiene que agarrar al líder sólido, rodeado de un equipo poderoso porque ella o él sabe que este equipo son las mejores personas para el lugar que cada uno ocupa y, por ello, cada uno dará lo mejor de sí para salir adelante.

Creo que una de las debilidades de nuestros líderes empresariales es que muchos de ellos se perciben como una cabeza rodeada

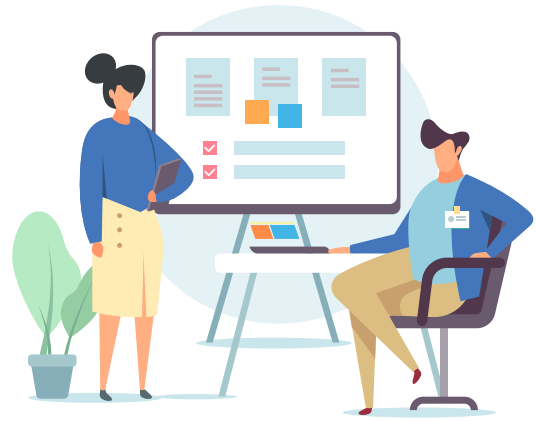
de gente que opera para ellos, en resumen: creen que el micromanagement es la mejor manera de que todo salga bien. Las crisis debilitan mucho a este tipo de líderes porque no tienen todos los ojos y conocimiento que necesitan para analizar el contexto. Pueden responder inicialmente a la coyuntura, pero cuando la crisis se prolonga o cambia radicalmente el contexto, como ocurrirá en los próximos meses, el cansancio hará que pierdan la perspectiva.

Por ello, más que un líder, las empresas necesitan muchos líderes, equipos de líderes, gente que sabe discutir asertivamente, expertos que se complementan, equipos que se apoyan el uno en el otro para elegir la mejor de muchas soluciones posibles.

Momentos como este son como el examen final. Aquí veremos si tomamos las decisiones adecuadas cuando elegimos al equipo que gestionará la organización con nosotros. Si hemos hecho bien la tarea, si no hemos tenido miedo de elegir a cada individuo sabiendo que van a ser mejores que



uno mismo en sus campos, daremos batalla. A estas alturas, nadie tiene comprado el éxito. Puede incluso que habiendo elegido bien a tu equipo de líderes las cartas lleguen tan complicadas que tengas muchas pérdidas, pero tener un equipo sólido te permitirá luchar. Y de eso se trata, ¿no?



ESTRATEGIA

El coronavirus nos cambió el mundo de un día para otro y creo que algunos todavía no terminan de entenderlo.

Hace poco un banco lanzó una iniciativa de ayuda social súper positiva, pero su iniciativa y esfuerzo de posicionamiento quedaron dañados porque su estrategia comercial provocó una avalancha de críticas en redes sociales, que además terminó trayendo a la memoria pasados escándalos.

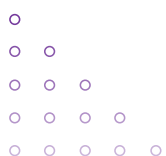
Me pregunto por qué algunas empresas todavía mantienen un divorcio entre su estrategia de negocio y la comunicacional, por qué ambas no hablan entre sí. Hace años que sabemos que la reputación se construye a partir de todo lo que hacemos, no de lo que decimos. Eso aplicaba antes, y aplica más ahora, cuando la crisis hace que las personas sean todavía más críticas ante la incoherencia, la pose y la falta de solidaridad.

Hace años también que teníamos claro que los equipos de comunicaciones tenemos que integrarnos con metas e indicadores en la estrategia del negocio. Lo sé: no todo se

puede medir. Los equipos de comunicadores somos los que desarrollamos estrategias que nos diferencien del resto de empresas, mantenemos al equipo humano alineado, alertamos permanentemente de los riesgos, tomamos el pulso cada día para saber si conviene o no salir con un mensaje y, sobre todo, nos anticipamos. Interpretamos las señales a partir del análisis de datos y de “sentir” el día a día y “oler” por dónde vienen los problemas u oportunidades. Sí, eso ya lo hacemos y lo seguiremos haciendo en el entorno incierto que se avecina.

Sin embargo, eso ya no es suficiente. En un entorno post coronavirus nos toca cuestionarnos si hemos logrado integrar nuestra gestión a los objetivos del negocio, si somos realmente un área transversal que aporta valor a cada división de la empresa y que tiene números que muestran ese impacto favorable. Los próximos meses serán críticos no solo para nuestro país, sino para el mundo. Un área que no muestre claramente que empuja a salir delante de la crisis a su empresa no tendrá sentido. ¿Estamos listos para mostrar con números e indicadores nuestro aporte?

¿Porqué algunas empresas todavía mantienen un divorcio entre su estrategia de negocio y la comunicacional?



Alicia Martinez



maliciamartinez

**REUNIRSE ES UN
COMIENZO;
PERMANECER
JUNTOS ES UN
PROGRESO;
TRABAJAR JUNTOS
ES UN ÉXITO.**

Henry Ford



“Es momento de gestionar el cambio con creatividad”

Hobber Siccha Ayvar

Especialista en Tecnología de Información

TRANSFORMACIÓN

Las empresas en el mundo y en el Perú se encuentran pasando por tiempos inciertos, esta pandemia nos lleva a una contingencia social y económica nunca antes vista, es decir: a una total incertidumbre. En ese sentido, la conducta y el rol de los líderes debe en la medida de lo posible ser justa y equilibrada, algunas recomendaciones que podría alcanzar son:

- Cuidar, motivar y reconocer el trabajo y compromiso de nuestros colaboradores.
- Considerar para la operación solo los procesos críticos del negocio.
- Evaluar los proyectos en cartera y el gasto recurrente.
- Evaluar cómo van las ventas y la facturación, hacer simulaciones bajo escenarios complejos.



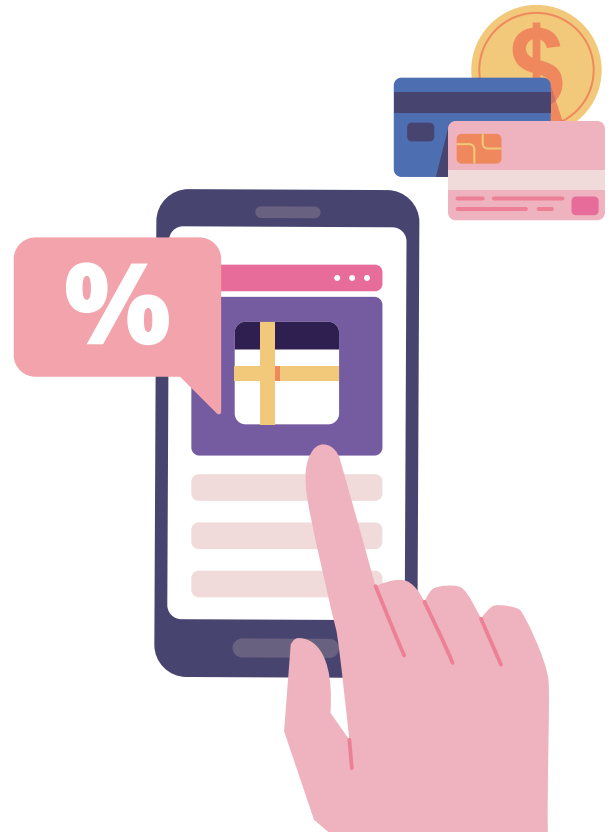
“El e-Commerce en este momento sin duda alguna juega un papel importante”

Todo esto porque se necesita encontrar soluciones a corto plazo y obtener resultados sustentables a mediano y largo plazo, en pocas palabras es momento de “gestionar el cambio” con creatividad, innovación y abrazando a la tecnología. Algunas características que deberían tener los líderes son: empatía, mucha comunicación efectiva y escucha activa, visión y agilidad.

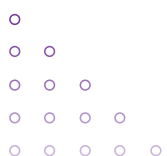
ESTRATEGIA

Uno de los principales desafíos es la conectividad, el Gobierno Peruano ha instado a las empresas a volcarse al teletrabajo, y sobre ello al menos tenemos dos comportamientos sociales que obliga la pandemia: home office y tele-educación (educación virtual). Otro punto importante es la banda ancha, para ello en el Perú se viene implementando la Red Dorsal de Fibra Óptica (RDFO), para que todos los establecimientos del estado puedan interconectarse (centros médicos, colegios, municipios, etc).

El e-Commerce en este momento sin duda alguna juega un papel importante, la realidad virtual o aumentada nos ayudaría mucho (por ejemplo para hacer compras en los supermercados), lo que se tiene que potenciar aún más es su cadena de distribución (transporte), posiblemente es momento de hacer pruebas con drones en un distrito, urbanización, etc.



El dinero electrónico es otro punto que debemos avanzar, en el Perú aproximadamente el 35% de la población está bancarizada y avanza lentamente, si bien es cierto los medios de pago online se viene desarrollando a grandes pasos con bancos, cajas municipales, o financieras; para el ciudadano de a pie el dinero electrónico para ir a comprar a la bodega sería de gran utilidad; finalmente necesitaremos de las impresoras 3D, en esta pandemia hubo escasez de mascarillas y otros instrumentos que el sector salud todavía necesita.



Hobber Siccha



hobber_siccha



“La digitalización de la formación abre un mundo de posibilidades”

Neus Portas

I Fundadora Learnability Hub

FORMACIÓN ONLINE

La situación actual ha provocado un cambio más de forma: el hecho de participar en formación online en vez de presencial, ha cambiado sobretodo detalles en la manera de escuchar y cambia la manera de participar e interactuar con los compañeros.

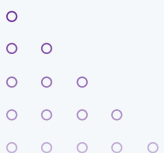
Y esto, que no es ni bueno ni malo, simplemente no aprovecha el potencial de la red ni cambia mindsets, que es lo que hace falta para el nuevo entorno laboral y profesional.

Y es que la digitalización del aprendizaje implica redefinir, sobretodo, qué es aprender y para qué aprendemos.

La digitalización de la formación abre un mundo de posibilidades, con acceso a cualquier contenido y en múltiples formatos:

cursos, vídeos, podcasts, papers, blogs, grupos profesionales y todo sin fronteras. En este contexto, el contenido sedisgrega y multiplica, lo que también genera cierta sensación de desasosiego por no saber por dónde empezar.

Esto llevará a que la figura del profesor ya no sea el eje principal del contenido y pase a ser una figura más próxima al coaching, de acompañamiento del proceso, que debería ir desde la ayuda en la configuración del contenido personalizado hasta la aplicación de los conocimientos adquiridos.



HABILIDADES BLANDAS

La capacidad creativa se hace hoy más necesaria que nunca, porque es la que nos permite encontrar soluciones innovadoras a retos nuevos que no habíamos vivido nunca.

La capacidad de adaptación, desde luego, tanto a nivel personal como profesional: de un día para otro se ha optado por el teletrabajo, con todo lo que implica en gestión de equipos, productividad y autonomía; las empresas han cambiado incluso los servicios o productos que ofrecían, para poder aportar a solucionar la situación.

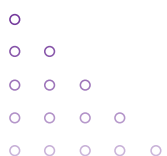
El liderazgo ha requerido de una transformación casi inmediata, para liderar desde la confianza y la motivación, con un enfoque a objetivos por encima del trabajo por horas, dado que ya no se puede controlar de la misma manera.

El pensamiento crítico se hace básico para poder entender la situación pero también hacer frente con criterio a toda la información que nos llega.

Y, por supuesto, la capacidad de aprendizaje: no sabemos cómo será el mundo que nos encontremos, pero sí sabemos que será distinto. Así que es importante no sólo saber más de lo que sabíamos de cualquier contenido que nos compete, sino sobretodo estar preparados para seguir aprendiendo y saber hacerlo de forma rápida.



“El liderazgo ha requerido de una transformación casi inmediata, para liderar desde la confianza y la motivación”





“Necesitamos empresarias y empresarios que trabajen en el bienestar del mundo”

Marco Avilés

Consultor en racismo, equidad y comunicación.

EMPRESAS PARA EL MUNDO

Las preguntas que la pandemia está promoviendo dan a entender que necesitamos cambios radicales en el planeta, como sugiere el mismo Financial Times. De esta manera, los empresarios podrían liderar esos cambios radicales que tienen que ver con crear nuevas maneras de hacer empresa, y con que el éxito de una empresa se mida no por cómo le va ella sino por cómo le va al mundo.

En ese sentido, necesitamos empresarias y empresarios que trabajen en el bienestar del mundo, el bienestar colectivo, y que esto no sea un eslogan o una frase en su "misión - visión", sino un trabajo real. Creo que pasada esta pandemia, y aún ahora mismo, las personas están más sensibles a las acciones más que a los discursos bienintencionados.



“La habilidad de pensar y trabajar por el bien común será indispensable”

SOLIDARIDAD

Los profesionales tendremos que analizar todo, TODO, en términos de impacto colectivo. ¿Cómo afecta al resto lo que hago? Ahora mismo, el paradigma de muchos es que el éxito se mide por cuánto tienes, sea en capital económico o social.

Si yo tengo mucho, está bien. Eso creemos pero esta crisis está remeciendo esa forma individualista de ser y actuar. Creo que la habilidad de conectarse con la comunidad, con el vecindario, y con el país, será cada vez más importante.

Asistimos a un retorno de la política, en el sentido más urgente. La habilidad de pensar y trabajar por el bien común será indispensable.



marcoavilesh

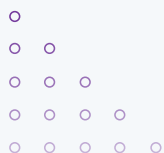


Marco Avilés



**LO POSIBLE ES
CONSTANTEMENTE
REDEFINIDO, SI NOS
PREOCUPAMOS
PROFUNDAMENTE
POR AYUDAR A LA
HUMANIDAD
A AVANZAR.**

Paul Allen





“Estamos en el momento preciso de volver a revisar lo que se entiende por educación”

Jessica Vlásica

Jefe de diseño de entornos de aprendizaje en Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

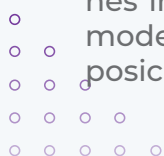
DESAFÍOS DE APRENDIZAJE

La situación generada por el Covid-19, puso a prueba al sistema educativo y la tecnología ha sido una buena aliada logrando revertir la imposibilidad de concentrar físicamente a los estudiantes.

Los principales desafíos que considero tienen las instituciones en este momento son: 1) diseñar un plan para transformar aquellas medidas implementadas como parte de la emergencia en el que se pueda aprovechar de mejor manera las bondades de la tecnología articulando con principios pedagógicos y didácticos, 2) demostrar que lo online o distancia no desmerece la calidad de la educación, y que en muchas situaciones incluso puede superar la calidad de un modelo presencial, 3) evitar que la sobreexposición en estos medios tecnológicos no

termine agobiando a estudiantes y docentes, y 4) analizar y replantear aquellas situaciones que la tecnología aún no puede resolver, como las actividades prácticas o que requieren de espacios para replicar o repetir acciones.

Considero, que estamos en el momento preciso de volver a revisar lo que se entiende por educación, viendo lo nuevo como una oportunidad para redefinir aspectos en base a esta experiencia y sin dejar de enfocarnos en que la educación sigue siendo el futuro de la humanidad. En resumen, pasar de una etapa en la que hemos reaccionado favorablemente a otra en la que construyamos proactivamente, en un mundo cuyas reglas del juego ya cambiaron.



NUEVAS FORMAS

En función de lo dicho anteriormente, hoy en día la tecnología en la educación, ha ingresado a una nueva etapa. Implementar una plataforma de aprendizaje se vuelve mandatorio en muchas instituciones educativas, al igual que los sistemas de videoconferencia, laboratorios virtuales, repositorios de contenidos, etc. Pero no sólo se deben enfocar en tecnología, sino también en consolidar un modelo de capacitación y asesoría para docentes y estudiantes, de tal manera que puedan ambos estar mejor preparados para desarrollar e interactuar en estos espacios de enseñanza – aprendizaje.

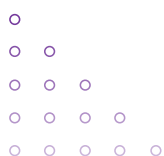
La conectividad, siempre será un aspecto fundamental en esta ecuación, sin embargo, y tomando como base lo mencionado por la UNESCO en un reporte reciente, será necesario tener en cuenta que las experiencias de aprendizaje que dependan del streaming, pueden impactar en los estudiantes menos favorecidos, por tanto, se deberían proponer en justa medida, como actividad únicamente formativa y siempre con un respaldo offline. Aquí es cuando debemos pensar en democratizar la educación. No pensar en una sola tecnología o estrategia, sino crear un ecosistema robusto que pueda asegurar que todos los estudiantes sean tomados en cuenta.

Respecto a las experiencias de aprendizaje, estas siempre deberían estar orientadas al

desarrollo de competencias, sobre todo en esta época en la que tanto docentes como estudiantes nos hemos visto a prueba. Debemos también, pensar en un ecosistema en el que podamos combatir la soledad del estudiante y orientarnos fuertemente al desarrollo de habilidades socioemocionales, aspecto que ya viene siendo complicado abordar desde el mundo presencial.



“Debemos pensar en democratizar la educación”



Jessica Vlasica



jessvlasica



“El liderazgo tiene que hacerse cargo de un escenario en el que todo ha cambiado muy rápido y para siempre”

Jose Luis Orihuela

Profesor de Comunicación Multimedia en la Universidad de Navarra, conferenciante y escritor.

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

Antes de esta crisis, el gran mantra de la nueva cultura empresarial requerida para un mundo hiperconectado era la “transformación digital”.

El confinamiento y las exigencias tecnológicas y metodológicas del teletrabajo, han convertido a esa tendencia aspiracional en una regla de juego ineludible. Hoy, el lide-

razgo tiene que hacerse cargo de un escenario en el que todo ha cambiado muy rápido y para siempre.

Un escenario que requiere virtualizar procesos adoptando soluciones tecnológicas a pasos acelerados, rediseñar espacios y modos de trabajo, flexibilizar jerarquías y mejorar empatías.



"Hay que repensar y rediseñar los métodos, los tiempos y los contenidos de la educación formal"

DESAFÍOS

Destaco tres grandes retos para el sistema educativo en el nuevo escenario generado por la pandemia:

- El primero, es tomarse en serio a la tecnología como soporte habitual (no sólo complementario) de los procesos de enseñanza y aprendizaje.
- El segundo reto consiste en no pretender seguir haciendo lo mismo que antes solo que de manera virtual, sino repensar y rediseñar los métodos, los tiempos y los contenidos de la educación formal.
- En tercer lugar, enseñar y aprender desde casa, en lugar de hacerlo en las aulas, bibliotecas y laboratorios, nos exige dejar de pensar a las instituciones educativas como espacios y comenzar a pensarlas como comunidades.



Jose Luis Orihuela



jlori



“Necesitamos un liderazgo que transmita cercanía, cercanía auténtica”

Patricia Flores Figueroa

Psicoterapeuta y Coach Profesional.
Fundadora y Directora de Ágape Coaching & Training.

LIDERAZGO

Necesitamos un liderazgo caracterizado por:

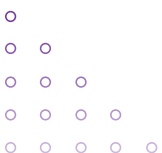
- Ser flexible y adaptativo. Tener la capacidad para adaptarse rápidamente a los cambios.
- Ser empático. En situaciones de crisis los líderes organizacionales deben saber transmitir a sus colaboradores que comprenden bien cómo ellos se sienten y tener la habilidad para poder entender sus emociones (miedo, rabia, incertidumbre, confusión, desconfianza, tristeza, etc.).
- Practicar una comunicación oportuna, clara, empática, honesta y transparente.
- Comunicar que tiene una dirección clara (que sabe bien hacia a dónde va) y que sabe actuar oportunamente.
- Mantener canales de comunicación siempre abiertos.
- Saber gestionar adecuadamente sus propias emociones y las de los demás, especialmente las de los colaboradores.
- Que transmita cercanía, una cercanía auténtica.
- Ser creativo para poder encontrar soluciones innovadoras a los problemas que se le vayan presentando.
- Que sepa gestionar bien las expectativas de colaboradores, proveedores, clientes, entre otros.
- Tener capacidad para ver, al mismo tiempo, el todo y el detalle; y para manejar diferentes planes de contingencia para los diferentes escenarios que podrían presentarse.
- Que piense en el bien colectivo, comunitario y/o del país, que practique acciones que estén al servicio de su comunidad y/o o país, y especialmente aquellas orientadas a apoyar a la población más vulnerable. Ya caducó el liderazgo orientado únicamente al servicio de su propio bienestar, al de su familia, al de su equipo y/o al de su organización.
- Que sepa gestionar bien la resistencia al cambio y reconocer la función valiosa que ella juega para la sobrevivencia de todo sistema organizacional.

DESAFÍOS

- La ignorancia que hay sobre el mundo emocional. Muchas personas tendrán que recibir un entrenamiento intensivo e inmediato para desarrollar su inteligencia emocional, la cual ahora es más necesaria aún para lograr muchas metas, empezando por la sobrevivencia a todo nivel.
- Romper la fuerza que tienen los hábitos sobre todo esos hábitos mentales (paradigmas o esquemas mentales) que llevaron a muchas personas a tener determinados comportamientos que ahora no están al servicio de sus metas sino que por el contrario los alejan de ellas. Por ejemplo, el haberse asumido como personas no vulnerables (el no haber tomado conciencia de su fragilidad humana), el hábito de anticiparse siempre de manera catastrófica, el no saber estar en el presente, el necesitar tener todo claro para tomar decisiones (ahora se necesita saber navegar en la incertidumbre), entre otros.
- El seguir creyendo que las metas o resultados se logran luchando, y el ver a los otros como competidores a los que hay que ganar para poder lograr las propias metas. Debemos manejarnos con el paradigma Tú ganas – Yo gano, es decir, nosotros ganamos.
- El no practicar la aceptación de lo que forma parte de nuestra experiencia presente, tal y como es (con lo que nos gusta y disgusta) y sin juzgarla.
- El vivir en piloto automático (sin conciencia plena).
- El no saber aprovechar el tiempo de crisis para desarrollar nuevas competencias y oportunidades laborales. El no tomar conciencia de que toda crisis es una valiosa oportunidad para reinventarnos y rediseñar nuestra vida en nuestros diferentes roles.
- El no saber encontrarle un sentido a la crisis. El no poder descubrir el para qué de ella.
- El hábito de responsabilizar a los demás cuando ocurre algo negativo o que nos disgusta.
- El mantener la ilusión del control, creer que se puede controlar todo. Cuando en realidad es muy poco lo que podemos controlar. El atrevernos a soltar aquello que escapa de nuestro control para vivir con mayor liviandad.



“Muchas personas tendrán que tener un entrenamiento intensivo e inmediato para desarrollar su inteligencia emocional”



Patricia Flores



www.patriciaflores.com

**LOS RETOS NOS
OBLIGAN A BUSCAR
UN NUEVO CENTRO
DE GRAVEDAD. NO
LOS PELEES. BASTA
CON ENCONTRAR
UNA NUEVA FORMA
DE ESTAR DE PIE.**

Oprah Winfrey



“Estamos descubriendo un nuevo modo de vivir”

Francisco Palao Reinés

Escritor. Especialista en Innovación Tecnológica, Desarrollo personal y corporativo.

ADAPTABILIDAD

El COVID-19 ha cambiado el mundo, nada volverá a ser igual. De algún modo, más que un virus de tamaño microscópico se trata de un meteorito que también va a provocar una extinción masiva de negocios.

Debido a esto, hay que desarrollar la capacidad de adaptarse: ni más solidez económica, ni más fuerza, ni más inteligencia, la adaptabilidad será el camino. Como decía Darwin: “No es la más fuerte de las especies la que sobrevive, tampoco la más inteligente. La especie que sobrevive es la más adaptable al

cambio”. Y precisamente hoy en día la humanidad por completo y las empresas también están sufriendo un cambio totalmente imprevisto. Los negocios tendrán adoptar una mentalidad de recepción ante la incertidumbre y adaptarse a esta nueva situación, porque posiblemente nada será igual que antes; estamos descubriendo un nuevo modo de vivir (y de trabajar). Así que aquellos que hagan todo lo posible por reinventarse, sobrevivirán, y los que no, quedarán extintos.



“Debemos desarrollar una actitud que nos permita estar abiertos a aprender cosas nuevas”

PROPÓSITO

Es una cuestión de actitud, las habilidades digitales de la nueva Era, son conocidas. Tanto los empresarios como las personas debemos desarrollar una actitud que nos permita estar abiertos a aprender cosas nuevas. Evidentemente la parte digital es importante, pero hay otras habilidades que, potenciadas por la evolución tecnológica, se han puesto en marcha. Por ejemplo: la gestión de comunidades.

Comunidades digitales, sí, pero sigue siendo gestión de personas. En el libro de organizaciones exponenciales, analizamos 11 atributos que utilizan las empresas exponenciales, y solo 2 de esos son tecnología. Se habla de comunidad, de engagement, de experiencia de usuario y, por último, del propósito. Fundamental para reconocer a dónde queremos apuntar.

En resumen:

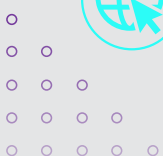
1. Los empresarios en este nuevo entorno necesitan ser conscientes de que lo único que hará que sobrevivan es la adaptación y deben tener la mentalidad adecuada para generar los cambios necesarios para reinventarse.
2. Las habilidades las conocemos, hay que desarrollar la actitud y aprovechar esta situación para encontrar nuestro propósito vital y hacer una evolución personal que nos permita desarrollar las habilidades del futuro que serán más demandadas. La humanidad y los negocios se enfrentan a un problema exponencial y la única forma de enfrentar esta situación será poniendo en marcha soluciones exponenciales entre todos.



Francisco Palao Reinés



www.franciscopalao.com





“Debemos enfocarnos en ser felices, tener una propuesta en la vida”

Rafael Zavala

Director de Relaciones Institucionales
en el PAD - Universidad de Piura.

FLEXIBILIDAD

Necesitamos gente con mucho talento y capacidad para identificar y hacer un buen diagnóstico de la situación, con un mindset flexible y adaptable para afrontar esta nueva realidad, a este nuevo mundo.

También deben ser creativos e innovadores, con capacidad de ejecutar ideas disruptivas y con una fortaleza mental optimista y estratégica.



SER FELIZ

Considero que el futuro para las personas será aprender a diferenciar entre ser feliz y estar feliz.

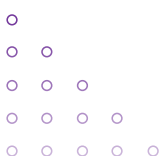
Ser feliz es un tema atemporal porque está relacionado a la tranquilidad de conciencia en situaciones complejas como esta y estar feliz es aprovechar el momento. Los profesionales y las personas debemos enfocarnos en ser felices, tener una propuesta en la vida.

Si nuestro objetivo más importante en la vida es la felicidad, hoy es un buen momento para cambiar aquellos hábitos que nos alejan de ella.

Es imposible ser felices solos.



"Es un buen momento para cambiar aquellos hábitos que nos alejan de la felicidad"



Rafael Zavala



zavala_rafael

La naturaleza nos habla

Somos una de las especies con mayor inteligencia en el planeta, pero no hemos sabido actuar de manera inteligente. El origen de este virus que recorre imparables cada rincón del mundo, proviene, según los científicos, de haber vulnerado el hábitat silvestre de muchas especies. Vemos en las redes sociales pumas caminando por la ciudad, cóndores en los balcones de los edificios, zorros que recorren las calles desoladas. "Mientras estamos en casa, ellos han vuelto a la suya", dice una frase en Twitter.

La naturaleza tiene esa capacidad de **aprender y recomponerse**, todas sus especies desde tiempos inmemorables nos han dado lecciones de resiliencia y hoy nos toca escucharla, comprender que somos parte de ella, de un hábitat compartido.

Antes de la crisis del COVID-19, una encuesta a nivel global mencionaba que más del 60% de los ciudadanos consideraba que gran parte de la responsabilidad de las diferentes problemáticas mundiales estaba en las empresas. Esperamos mucho de las empresas, pero esperamos aún más de los líderes, que sean capaces de comprender que sus decisiones impactan en el planeta de manera directa, que no habrá negocio posible si realmente no somos sostenibles más allá del discurso. Esta es una oportunidad de mirar con nuevos ojos nuestro planeta y de fomentar un concepto vital en esta era: Nuestra capacidad de aprender.

En Verne Future Mindset creemos que la capacidad de aprender será nuestra mejor virtud en esta nueva sociedad, porque el aprendizaje está en todos los espacios de nuestras vidas, porque aprender es sobre todo un acto de empatía con el otro. El aprendizaje nos lleva a un punto de encuentro común. Hoy las empresas son un espacio y una fuente inagotable de aprendizajes y descubrimientos. ¿Qué estamos aprendiendo de esta crisis? ¿Qué tipo de líderes queremos ser en esta era?

La naturaleza nos habla ¿Cómo vamos a responder?



Víctor Lozano
Director de Innovación



Victor Lozano



victorlozano

o o o Nuestro enfoque o o o



Centrado en las personas y su contexto



Experiencias a medida



Diversidad para descubrir e innovar

o o o Rutas de aprendizaje o o o

Nuestras rutas son programas de aprendizaje y acompañamiento formativo para personas y empresas

Rutas Mindset

- Mindset Transformador
- Mindset para la innovación digital

Rutas de Cocreación

- Co-creación para la experiencia del cliente
- Co-creación para el servicio al cliente
- Co-creación de nuevos productos y servicios
- Co-creación para la comprensión del cliente

Ruta de Estrategias Digitales

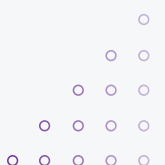
- Estrategia digital para servicios
- Estrategia digital para productos
- Estrategia digital para negocios B2B
- Digital Research
- Marca e identidad digital
- Posicionamiento en buscadores y plataformas sociales

Ruta de Transformación personal

- Gestión de la incertidumbre
- Gestión del propósito y marca personal
- Liderazgo y management
- Autoconocimiento y procesos de cambio

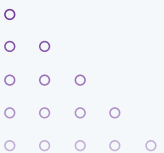
Acompáñanos en este viaje

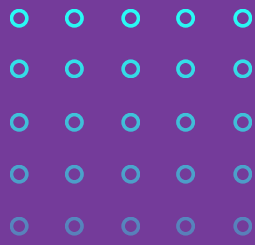
Contacto: hola@verne.la
www.verne.la



TRABAJA DURO, DIVIÉRTETE, HAZ HISTORIA.

Jeff Bezos





verne

Future Mindset

www.verne.la

