


Tipo de Publicación: Ensayo**Recibido:** 03/08/2020**Aceptado:** 10/12/2020**Autor:** Florinda Pargas Gabaldón
Diplomada en Planificación y
Gestión Pública con enfoque de género
Universidad de Antioquía
Antioquía – Colombia <https://orcid.org/0000-0002-3439-7814>**E-mail:** fpargas@gmail.com

PRIMEROS AUXILIOS ORGANIZACIONALES: HERRAMIENTAS PARA GESTIONAR LAS CRISIS

Resumen

La Era Digital trae consigo la exigencia de aplicar estrategias disruptivas, ya que la globalidad se asienta como perspectiva bimodal de los acontecimientos. Los escenarios futuros generan gran tensión, angustia e incertidumbre en todo el personal de las empresas (Echeverría, 2011), ya que es eminente la movilidad empresarial y el surgimiento de nuevos mercados, nuevos negocios y con ellos, nuevos enfoques de gestión. La presente disertación tiene como propósito contribuir con lo que hemos llamado la caja de herramientas 4.0, propuesta con la cual venimos posicionándonos en el ámbito empresarial emergente, brindando capacitación y acompañamiento estratégico organizacional, la cual tiene como centro a las personas (capital humano), siendo nuestro principal objetivo: Ofrecer herramientas para la transformación hacia los modelos de negocios innovadores y disruptivos de la emergente economía digital. Partiendo de la capacitación de los habilitadores culturales y tecnológicos, preparación necesaria para asumir los nuevos nichos de mercado con *marketing* bimodal, con enfoque disruptivo y Pensamiento 4.0.

Palabras Claves: Pensamiento 4.0, enfoque bimodal, acompañamiento estratégico, bienestar integral

ORGANIZATIONAL FIRST AID: TOOLS TO MANAGE CRISES

Abstract

The Digital Age brings with it the demand to implement disruptive strategies, since globalness is based as a bimodal perspective of events. Future scenarios generate great tension, anguish and uncertainty around the companies' staff (Echeverría, 2011), since it is eminent the business mobility and the emergence of new markets, new business and with them, new management approaches. This dissertation aims to contribute to what we have called the 4.0 toolbox, a proposal which we have been positioning ourselves in the emerging business field, providing training and strategic organizational support, which has as its center people (human capital), being our main objective: To offer tools for transformation towards the innovative and disruptive business models of emerging digital economy. Based on the training of cultural and technological enabler, preparation necessary to assume the new market niches with bimodal marketing, with a focus on disruptive thinking and thought-4.0.

Keywords: Thought-4.0, bimodal approach, strategic accompaniment, integral welfare.

Planteamiento Introdutorio

Asistimos a la construcción de un nuevo mundo y con ello a nuevas formas de relaciones económicas y ecológicas. Las cartografías, las bitácoras y encuentros de mercado tradicionales y contemporáneos se están desdibujando; algunos sentimos temor por el devenir, por lo incierto y lo inefable, todo esto, nos ha generado algunas sensaciones de incertidumbre e inseguridad. Los últimos acontecimientos planetarios han abierto un gran boquete que al parecer está engullendo las distintas formas de vida a la cual hemos estado acostumbrados, al menos en los últimos 70 años, de allí que este instante, este momento efímero es una gran oportunidad para pensar y planificar sobre lo complejo.

Pensar y meditar sobre lo actual, ver sus signos, los cuales nos advierten acontecimientos que nos empujan a realizar cambios y mutaciones, una metamorfosis de la vida misma, es un gran *giro copernicano* referido a nuestra existencia humana, singular y compleja. De la cual surgirá un nuevo paradigma socioeconómico y cultural, nuevos modelos de gestión que deben apuntar hacia tres dimensiones (*productiva-sustentable y sostenible*) que debe apalancar toda organización que pretenda dar el nuevo salto cuántico en esta Era de La Cuarta Revolución Industrial, al igual que las anteriores, han sido producto de ciclos económicos de intensificación, agotamiento e innovación (Harris, 1979) lo cual trae consigo

cambios y adaptaciones en las organizaciones humanas.

Los cambios y las adaptaciones son funciones inherentes a la humanización, las cuales deben ser interpretadas, sobre todo aquellas que traen consigo nuevas innovaciones que alteran la vida *productiva-económica* (*Regla de Romer*). Prestar atención sobre tales cuestiones es de vital importancia para las organizaciones emergentes y mutantes, donde la adaptación a los cambios será la estrategia para la transformación de los modelos de negocios; innovadores y disruptivos en las nacientes economías digitales, a través de la implementación de habilidades culturales y tecnológicas, con énfasis en el ser humano, como protagonistas de la transformación aplicando la Teoría Y, propuesta por Douglas McGregor en 2007 (*El Lado Humano de las Organizaciones*) para lograr un manejo eficiente y eficaz de las personas, equipos y organizaciones.

Los hombres y las mujeres son reflejos de las organizaciones sociales, incluyendo las económicas y laborales, en las cuales deben existir un equilibrio entre las exigencias de trabajo y la satisfacción de las necesidades básicas de las personas, de allí la importancia de promover un desarrollo organizacional compatible con los nuevos tiempos, con las nuevas necesidades, con los nuevos enfoques y con las nuevas emergencias. Enfatizar en el ser humano como el gran

protagonista para instituir las nuevas innovaciones sistémicas, económicas y culturales.

Vislumbramos que este será un proceso de largo alcance; del cual surgirá una gran movilidad empresarial, para algunos traerá implicaciones de posibles cierres, transformación o migración, y constituirá un gran reto en la naciente década, especialmente para las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MiPyMES), sobre los cuales hemos puesto nuestra atención en este tiempo de retos y nuevos emprendimientos en los que se establecerán nuevas relaciones de mercados y negocios. Nos encontramos insertos y formamos parte de lo que será un hito histórico, del cual deben surgir proyectos innovadores para el desarrollo económico.

Es “normal” y humano que las personas que se encuentran ante nuevas oportunidades puedan tener: aceptación o repudio, ya que esto no depende sólo de los valores culturales básicos, del aspecto favorable de las relaciones sociales y de las posibilidades económicas, sino también de factores psicológicos (Foster, 1966). De allí, la necesidad de adaptarse a los cambios disruptivos generados por la *disruptive innovation*, todo lo cual trae consigo futuros escenarios que deben transformar la conciencia planetaria.

Nuestro posicionamiento está puesto sobre: mirar tales escenarios con mirada panóptica, ecléctica y compleja, pero sobre todo con

esperanza. Los nuevos liderazgos empresariales deben tener y practicar el pensamiento complejo, para comprimir y articular la multiplicidad de miradas, saberes y perspectivas: “La globalidad se asienta como perspectiva bimodal de los acontecimientos” (Pargas, 2020, p.11). Y así potenciar las capacidades de cada uno de los miembros del equipo. Para hablar de esto, hemos recurrido a la obra de Amartya Sen, quien refiere que:

Las capacidades de un individuo vienen delimitadas por dos conjuntos. El primero se refiere al conjunto de características que el individuo obtiene de los bienes que posee. El segundo viene definido por el conjunto de realizaciones que puede obtener a partir de dichos bienes. Esta distinción es crítica en el análisis de Sen, puesto que el bienestar de un individuo vendrá dado por la intersección de ambos espacios; es decir, tan sólo podrá realizar (o mejor, tan sólo tendrá capacidad para) las funcionalidades que le estén dadas *per se* y por su entorno sobre los bienes de los que goza (Sen, EN: Pargas, s/f.).

El aporte de Sen a las capacidades humanas, se inscribe en la categoría Economía de Bienestar; desde un posicionamiento filosófico. La Capacidad Humana, como concepto se encuentra en relación con la noción de *agency*; quienes por medio de sus habilidades, conocimientos y esfuerzos aumentan las posibilidades de producción, de allí la importancia de potenciar y constituir equipos que contribuyan con sus capacidades a logros empresariales.

Las empresas emergentes tienen ante sí, grandes retos de transformación digital, ya que los cambios disruptivos son eminentes y consecuentes, tales cambios, generan un torbellino que está produciendo movimientos telúricos en el piso emocional y productivo del talento humano que conforma el universo empresarial. Estamos pues, viviendo un nuevo *giro copernicano*, que por demás es desafiante y prometedor, que nos exigen un liderazgo innovador, flexible, creativo, equilibrado y sobre todo cargado de propósitos transformadores para cambiar nuestras formas de hacer negocios, adaptarnos y *re-inventarnos* será clave para ser competitivos en los mercados emergentes.

En este tiempo de cambios y transformaciones surge una gran interrogante: ¿Cómo transformar el modelo de negocios actual a la virtualidad y ser exitoso en una economía digital? Nuestras indagaciones, nuestras investigaciones, estudio, experiencia, nuestros aciertos y desaciertos, nos ha permitido la elaboración de una caja de herramientas, con la cual hemos venido de forma exitosa promoviendo y posicionando una particular estrategia empresarial, con la cual ya hemos dado apoyo y acompañamiento estratégico a líderes de algunas organizaciones que se han decidido realizar el salto cuántico necesario para insertarse en la llamada Cuarta Revolución Industrial.

En la actualidad, existe un marcado interés por las investigaciones en el campo organizacional, lo que han permitido generar constructos teóricos y andamiajes metodológicos para tales estudios (Vizcaíno, 2019), sobre los cuales se puedan fundamentar y comprender las nuevas formas de liderazgos de las organizaciones en la Era Digital.

Caja de Herramienta 4.0

Con el surgimiento de la Industria 4.0 y sus implicaciones que trae consigo lo que han llamado *manufactura inteligente* (Ynzunza, Izar, Bocarando y Pereyra, 2017), surge un nuevo sujeto social, sobre el cual debemos prestar atención para adaptar a las innovaciones de los nuevos procesos 4.0, los cuales se encuentran integrados por una serie de elementos: el internet de las cosas, el cómputo móvil, la nube, el *big data/thick data* y *Cloud Computing*.

Las organizaciones que pretenden ingresar a la economía global digitalizada, necesitan formar y adecuar a los habilitadores tecnológicos y culturales, bajo el nuevo paradigma del Pensamiento 4.0. Nuestro principal propósito es: Facilitar la caja de herramientas para los Habilitadores Tecnológicos y las organizaciones emergentes 4.0. Tal caja de herramientas está integrada por: El Pensamiento 4.0, El Enfoque Bimodal Gerencial, Acompañamiento Estratégico y Bienestar Integral.

Es una propuesta de pensamiento innovador, enmarcada en los nuevos paradigmas y enfoques que la dinámica social, laboral y cultural nos impone con su ritmo avasallante e indetenible. Estamos absolutamente convencidos de que estamos viviendo una Cuarta Revolución Industrial, que están generando cambios trascendentales que modifican de manera drástica nuestra manera de hacer, producir y convivir. Estos cambios ameritan un talento humano adecuado a esos nuevos retos y desafíos. Los modelos educativos actuales (académicos y empresariales) necesitan adecuarse a estos requerimientos y adaptar nuevas metodologías para desarrollar competencias y capacidades necesarias para este momento histórico. Una educación innovadora, que desarrolle un talento humano resiliente, adaptativo y creativo, estimulado por un pensamiento disruptivo; un Pensamiento 4.0.

Hemos tomando como referencia un conjunto de modelos y tendencias en el marco del Desarrollo Humano para el intelecto humano (Gardner, 2001), tales como: Educación para el desarrollo, el enfoque de las múltiples capacidades de cognición y las últimas investigaciones en neurociencias (Goleman, 1996, Zambrano, 1997, Monge, 2009 y Fernández, 2011), con el fin de desarrollar una propuesta que explore las capacidades necesarias para este nuevo siglo, en términos de convivencia ciudadana y competencias sociales, para dar

respuesta a los grandes retos de este cambio epocal.

Creemos en un pensamiento multidisciplinario, más humano, emocional, enfocado al Ser más que en el Hacer. Una educación que nos active los sentidos, para estar conscientes de nuestra corresponsabilidad con el bienestar común de todos los que habitamos este planeta. Que nos permita evolucionar de un *Homo Sapiens* (Humano Sabio) a un *Homo Humanitas* (Humano Humanista).

Mirar al individuo como parte de un todo, con sus necesidades individuales, como parte de una comunidad global, cuyo hacer impacta en su entorno, es decir no estamos aislados y somos responsables de nuestras acciones. En definitiva, un ciudadano del mundo, con mirada global y pensamiento local.

Enfoque de las Capacidades

En los últimos años, diversos autores y académicos, como Sen (1985) y Nussbaum (2002), han promovido una educación orientada a desarrollar tres capacidades fundamentales para el cultivo de la humanidad y la democracia: pensamiento crítico, ciudadanía global y comprensión imaginativa. Este planteamiento está estrechamente vinculado con las dimensiones y pilares promovidos por la UNESCO (2015), con su modelo de Educación para el Desarrollo. Este enfoque busca promover una formación para la

ciudadanía, local y global, bajo marcos referenciales de igualdad de oportunidades, libertad participativa, autonomía responsable, no discriminación, tolerancia y pluralismo, como lo demanda este organismo supra-nacional:

Habilitar a las personas para que sean ciudadanos del mundo que participen y asuman papeles activos, en los planos local y mundial, a fin de que afronten y resuelvan problemas mundiales y contribuyan en última instancia a crear un mundo más justo, pacífico, tolerante, inclusivo, seguro y sostenible. (UNESCO, 2020).

El enfoque de las capacidades (*Capability Approach*) que se inician a partir de los aportes de Sen, han surgido sobre la plataforma de sus estudios de Filosofía de la Economía y sobre la base de noción de bienestar humano, sus reflexiones sobre las problemáticas sociales que afectan la vida cotidiana de los seres humanos: las desigualdades, la pobreza, la calidad de vida, la ausencia de desarrollo humano y la injusticia social.

El concepto de capacidades de Sen forma parte de nuestro *corpus teórico*, ya que los conceptos son singularidades extraídas de los flujos de pensamientos que constituyen la dimensión del discurso, como vibraciones y resonancias (Ugas, 2010), con el cual hemos pretendido aproximarnos a la construcción de un discurso epistemológico que oriente y de sustento a nuestro paquete (caja de herramientas) para el apoyo empresarial y gerencial, es decir, sobre la base de las reflexiones

críticas de nuestra práctica teórica que se respalda en el discurso científico de las llamadas capacidades básicas a las que se refiere este brillante economista y filósofo, (Sen, 1993):

La palabra capacidad no es excesivamente atractiva. Suena como algo tecnocrático, y para algunos puede sugerir la imagen de estrategias nucleares frotándose las manos de placer por algún plan contingente de bárbaro heroísmo. El término no es muy favorable por el histórico capacidad Brown, que encarecía determinadas parcelas de tierra –no seres humanos– sobre la base firme de que eran bienes raíces que “tenían capacidades”. Quizá se hubiera podido elegir una mejor palabra cuando hace algunos años traté de explorar un enfoque particular del bienestar y la ventaja en términos de la habilidad de una persona para hacer actos valiosos, o alcanzar estados para ser valiosos. Se eligió esta expresión para representar las combinaciones alternativas que una persona puede hacer o ser: los distintos funcionamientos que se pueden lograr (p. 30).

De allí, la importancia trascendental de colocar al Ser Humano en el centro de esta gran transformación digital (Cuarta Revolución Industrial). Potenciar el arco de posibilidades de cada persona, ya que cada uno está dotado de una serie de: *Kompetenzen*, capacidades humanas que constituyen diferentes conocimientos, habilidades, pensamientos, carácter y valores de manera integral que emergen en las interacciones sociales.

Enfoque Bimodal Gerencial

Con la llegada de la Era Digital comienzan a surgir nuevos nichos de mercado globales, disruptivos y creativos, que deben ser asumidos

desde un paradigma complejo, con una caja de herramientas eficiente y eficaz, para que los emprendedores y empresarios pueda enfrentar los nuevos escenarios globales y *complexus*, fomentando la creatividad y las innovaciones, todo lo que nos ayude a realizar una navegación con bitácora adecuada y productiva.

Los objetivos que en este momento se están planteando las empresas y las organizaciones gira en torno a: La formación para la transformación digital (Blanco, Fontrodona y Poveda, 2017), de allí surge las siguientes interrogantes ¿cómo transformarán los lugares de trabajo y las necesidades formativas de las personas? Y ¿cómo crear una empresa inteligente? Para lo cual, pensamos que: Brindar capacitación y acompañamiento estratégico es y será de vital importancia para vigorizar a las personas, potenciar sus competencias actitudinales y aptitudinales.

El acompañamiento estratégico organizacional que hemos venido promoviendo tiene como objetivo central al ser humano, activar su potencial creativo y sus capacidades (*ancho de banda*). En este tiempo de cambios y adaptaciones, es y será importante que las empresas puedan establecer una hoja de ruta hacia el futuro, que por demás es prometedor. Pensar, meditar y planificar como un estadista en el siglo XXI, será clave para realizar los ajustes correspondientes al mercado emergente, con productos y servicios innovadores

y pertinentes. Estamos convencidos que el Pensamiento 4.0 tiene que ser un eje transversal en los universos empresariales y asumir un eclecticismo metodológico complejo.

Las ciencias son acumulativas y recursivas, las ciencias administrativas y gerenciales han pasado por una serie de enfoques que se sustentaron en tres principales paradigmas empresariales: Teoría de la X, teoría de la Y y teoría de la Z. En este tiempo postmoderno en el cual nos encontramos, se necesita ser más flexibles, comprimir el acumulado científico y poner en práctica esquemas, estrategias y funcionamientos más complejos, ya que según Viaña (2018):

No existe una sola manera de abordar la realidad organizacional, de manera que la praxis gerencial a desarrollar estará influenciada por el discurrir histórico, teórico, metodológico y epistemológico de las diferentes áreas del conocimiento. prospectivas estratégicas y manejo de diversos escenarios, entre otros elementos, con el fin de visualizar los cambios e interactuar con ellos, para disminuir la incertidumbre y aumentar la probabilidad de alcanzar el éxito organizacional. Esto conlleva a generar una epistemología de las ciencias gerenciales a partir de la visión compleja de nuestras sociedades (p. 53).

De allí, que hemos diseñado un Enfoque Gerencial Bimodal, el cual es un proceso con mirada disruptiva que tiene por orientación y vocación de trabajo: La investigación constante y permanente, el desarrollo de nuevas alternativas, la

implementación de diversas estrategias, la adaptación a los múltiples escenarios y como norma *sine qua non*; la sostenibilidad. Creemos fervientemente que los nuevos *nichos de mercado* deben ser abordados desde la complejidad, con innovación y creatividad, para ello proponemos alternar lo tradicional con lo emergente: Marketing Tradicional (vertical), Marketing Lateral y Marketing Digital.

La propuesta de Marketing Bimodal que venimos desarrollando y que hemos propuesto para brindar servicio y acompañamiento a las empresas, a las organizaciones y a las personas, es una Caja de Herramientas (Cuadro 1), eficiente y eficaz para la comprensión de los nuevos escenarios.



Cuadro 1. Caja de Herramienta
Elaboración propia 2020

Acompañamiento Estratégico

“Todo lo más que puede esperar la filosofía es llegar a hacer complementarias la poesía y la ciencia, unir las como a dos contrarios bien hechos” Gastón Bachelard, 1979.

En el mundo de la vida como le llamaba el sociólogo, psicólogo y hermeneuta alemán Wilhel Dilthey, es necesario unir, converger y conjugar el pensamiento científico con el arte, y de tal

simbiosis surge lo creativo. Esto es nuestro Marketing Bimodal Gerencial, él surgió de nuestros estudios, de nuestra experiencia y de nuestras vivencias. Lo cual hemos condensado en nuestra propuesta con la cual venimos trabajando y aquí estamos presentando. Hemos unido a los contrarios, porque creemos en la convivencia necesaria del marketing tradicional y las nuevas estrategias del marketing digital, la verticalidad y la lateralidad, para beneficio de las organizaciones y las empresas.

El Marketing Bimodal, es una nueva forma de hacer marketing que se distingue de los procesos tradicionales, ya que se centra en productos y conceptos empresariales disruptivos que fomentan la creatividad, el Pensamiento 4.0 y el Enfoque Bimodal Gerencial. Su propósito es: desarrollar alternativas, mejorar lo existente, tomando diferentes caminos y aplicando procesos de innovación. Nosotros, lo apalancamos, incorporando el modelo IDEAS:

1. **Investigación:** de mercados, contextualización de escenarios, segmentación, tendencias, analíticas de datos.
2. **Desarrollo:** de conceptos, productos, servicios, campañas, indicadores de gestión.
3. **Estrategias:** comunicacionales, promocionales, para medios tradicionales, alternativos y digitales.

4. **Adaptación:** de portafolios, procesos, cultura organizacional y enfoques comerciales.
5. **Sostenibilidad:** retorno de inversiones, análisis de indicadores de gestión, desempeño y resultados.

El Marketing Bimodal utiliza las herramientas y perspectiva del modelo tradicional de marketing vertical, basado en el análisis global del mercado y la posterior segmentación, aplicando estrategias de segmentación y posicionamiento, adaptando los productos o servicios, creando variedades desde lo general a lo concreto.

Hemos asumido que el Marketing Bimodal es un proceso de pensamiento vertical, el cual combinamos con la mirada disruptiva del marketing lateral, reestructurando la información existente, yendo de lo concreto a lo general, mediante un proceso de pensamiento menos selectivo, más exploratorio y creativo, es decir, un proceso de pensamiento lateral. Con lo cual, se aprovechan las ventajas de ambos modelos, desde la perspectiva de la bimodalidad.

Consideramos que este nuevo enfoque del Marketing Bimodal, es el más adecuado para enfrentar los retos en estos tiempos de cambio y transformación, tanto de los mercados, de los hábitos de consumo y de los ecosistemas de negocios, como de las nuevas tecnologías y plataformas comunicacionales y relacionales.

Cambios en la demanda, aceleración de la transformación digital, automatización de procesos, alineación cultural del talento humano a estos cambios, la necesidad de un enfoque solidario, basado en principios y valores, con el diseño de nuevas experiencias para nuestros clientes, ponen de manifiesto la necesaria mirada disruptiva, en cada fase del marketing mix, para adaptarse a los nuevos escenarios.

En nuestro caso, para la implementación del Marketing Bimodal en las organizaciones, utilizamos una mezcla de herramientas eficientes, tradicionales e innovadoras, de rápida implementación que permitan una revisión de la situación actual y su impacto en la organización, su sector, oportunidades, recursos y escenarios posibles, brindando a los líderes de la empresa y sus colaboradores, comprensión del contexto, identificación de nuevos paradigmas y adecuación a los escenarios emergentes.

Consideramos la flexibilidad y la resiliencia, como principios fundamentales para incorporar nuestra propuesta de servicios a los requerimientos y expectativas de las organizaciones que acompañamos, así como nuestro compromiso con la empresa, sus valores y su gente.

Bienestar Integral

El hombre y la mujer están en el centro de la realidad, como lo expreso el filósofo clásico Protágoras, su antropocentrismo ontológico declaró

al Hombre (*homo sapiens-homo humanitas*) como medida de las cosas, él está en el centro de la realidad; que es, por así decirlo, la clave del Ser, en cuanto a su medida, individuo humano (Cappelletti, 1987). El Ser Humano es sujeto trascendental, es un ser biopsicosocial (Morin, 2005), de allí la importancia de promover el bienestar integral, ya que en la medida que un sujeto social alcance su plenitud existencial (material y espiritual) su entorno social es y será parte consustancial de dicha estancia del Ser. En tal sentido, hemos incorporado la noción de Bienestar de Sen (1985):

Hay un ámbito particular en el que el papel de ser agente es especialmente importante: el de la vida de la propia persona. Los varios conceptos de autonomía y de libertad personal que están relacionados con este papel especial de ser agente en la vida personal, van más allá de las consideraciones de bienestar (p. 63).

Los seres humanos somos agentes de cambio y los cambios son parte de nuestra existencia. En este mundo globalizado se está al alcance del conocimiento universal, del cual podemos tomar elementos, que nos ayuden a encausar nuestros propósitos personales para alcanzar el bienestar.

Existe una noción muy importante de la sabiduría oriental, la cual nos puede aportar algunas luces para nuestros planes de vida, esa noción es: *Ikigai*, la cual, ha sido el gran aporte del mundo empresarial japonés, cuya traducción es algo así como la felicidad personal, tal significante

deriva del concepto zen del bienestar, que está en relación a las labores (trabajo), pero que, es diametralmente opuesto a lo que entendemos en occidente como: *trabajo-castigo*, lo cual genera en los seres humanos estados depresivos y de insatisfacción.

El Bienestar (*Well-Being*), como utilidad para la vida, para la existencia, de allí su importancia y nuestro interés de incluir en nuestra Caja de Herramientas 4.0. Bienestar Integral: Como un programa saludable y coherente, que integre mente, cuerpo y espíritu, para inspirar al talento humano de las organizaciones, especialmente en esta transición al trabajo en casa o virtualizado.

Reflexiones Finales

En correspondencia con nuestra disertación que aquí estamos presentado en este breve ensayo, el cual versó sobre la propuesta con la cual venimos posicionándonos en el ámbito empresarial emergente, brindando capacitación y acompañamiento estratégico organizacional, lo cual promovemos a través de lo que hemos llamado la Caja de Herramientas 4.0, paquete operativo y organizativo que se ofrece para asumir la transformación hacia los modelos de negocios innovadores y disruptivos de la emergente economía digital.

La propuesta como la que aquí hemos expuesto ha comenzado a tener auge y demanda, puesto que se corresponde a la realidad postmoderna de la Era Digital, de la cual comienzan a surgir nuevos nichos de mercado globales, disruptivos y creativos, que deben ser asumidos desde un paradigma complejo. Partiendo de la capacitación de los habilitadores culturales y tecnológicos, preparación necesaria para asumir los nuevos nichos de mercado con *marketing* bimodal, con enfoque disruptivo y Pensamiento 4.0.

Tenemos la convicción que en el postmodernismo se debe asumir un eclecticismo metodológico, construir particulares permutaciones operativas y gerenciales que ofrezcan resultados satisfactorios con relación a: lo productivo, sustentable y sostenible. Apalancar un nuevo paradigma socioeconómico y cultural, para dar el nuevo salto cuántico necesario en esta Era de La Cuarta Revolución Industrial.

Importante reconocer todo el acumulado histórico, darle valor a todo (lo de misma disciplina, lo transdisciplinario y lo multidisciplinario), no desechar nada, ya que: las Ciencias son acumulativas y a la vez recursivas, de allí que cada propuesta gerencial y empresarial debe ser lanzada al espacio holográfico.

El cumplimiento de los objetivos organizacionales demanda de personas, líderes y directivos que exploten todo su potencial creativo,

su arco de posibilidades, que aflore sus capacidades humanas. De allí, la importancia trascendental de colocar al Ser Humano en el centro de esta gran transformación digital, ya que todo debe contribuir a su bienestar integral, en la medida que un sujeto social alcance su plenitud existencial (material y espiritual) su entorno social es y será parte consustancial de su vida. Los cambios planetarios se gestan en cada uno de nosotros.

Referencias

- Bachelard G, (1979). La Formación del Nuevo Espíritu Científico. Siglo Veintiuno Editores. Buenos Aires, Argentina.
- Blanco R, Fontrodona J, y Poveda C. (2017). Industria 4.0: El Estado de la Cuestión. [Documento en línea]. Disponible: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6343649#>. pp. 151-164. [Consultado: 06/07/2020].
- Cappelletti A, (1987). Protágoras: Naturaleza y Cultura. Biblioteca de la Academia Nacional de la Historia, #87. Caracas, Venezuela.
- Echeverría R, (2011). La Empresa Emergente, La Confianza Y Los Desafíos De La Transformación. Versión Digital. Granica Editor.
- Foster G, (1966). Las Culturas Tradicionales y los Cambios Técnicos. Traducción de Andrés Mateo. Fondo de Cultura Económica. D.F México.
- Gardner H, (2001). La Inteligencia Reformulada. Las Inteligencias Múltiples en el Siglo XXI. Editorial Paidós, Barcelona- España.
- Goleman, D. (1996). La inteligencia emocional: por qué es más importante que el cociente

- intelectual. Kairos. Buenos Aires, Argentina.
- Harris, M. (1979). *Cultural Materialism: The Struggle for a Science of Culture*. New York: Random House.
- Monge, S. (2009). Jornada. Paper presented at the Neuromarketing: Nuevas fronteras de la investigación de mercados. from hww.euskadinnova.net/home.aspx?tabid=226&idEvento=2721
- Monge, B; Fernández, V. (2011). Neuromarketing: Tecnologías, Mercado y Retos Universidad del País Vasco / *Euskal Herriko Unibertsitatea Pensar la Publicidad 19* ISSN: 1887-8598 2011, vol. 5, nº 2, pp 19-42 [Documento en línea]. Disponible: http://dx.doi.org/10.5209/rev_PEPU.2011.v5.n2.37862
- Morín E. (2005). *El Paradigma Perdido*, Ensayo de Bioantropología. Kairos. Versión Digital.
- McGregor, D. (2007). El lado humano de las empresas: Aplique la teoría "Y" para lograr un manejo eficiente de su equipo. México, McGraw-Hill Interamericana. pp 65-67.
- Nussbaum, M. (2002). *Las mujeres y el desarrollo humano. El enfoque de las capacidades*. Barcelona. Herder. Barcelona. Paidós.
- Pargas F, (2020). Y Después ¿Qué?: del *Homo Sapiens* al *Homo Humanitas*. [Documento en línea]. Disponible: <https://florindapargas.com/>
- Pargas F, Ensayo Sobre Las Capacidades de Amartya Sen. Por publicar.
- Sen, A. (1985). "Well Being, Agency and Freedom: The Dewey Lectures 1984", *The Journal of Philosophy*, apr., no. 82 (4), pp. 169-221. Traducido como "El Bienestar y la Condición de Ser Libertad. Conferencias Dewey de 1984", en *Bienestar, Justicia y Mercado*, Paidós, ICE/UAB, 1997, pp. 39-108.
- Sen, A. (1993) "Capability and Well-being", en M. Nussbaum y A. Sen (eds.) *The Quality of Life*. Oxford, Clarendon Press. (Traducción de R. Reyes, en Nussbaum y Sen (eds.) *La calidad de vida*. Tercera reimpresión, México, Fondo de Cultura Económica, 2002).
- Ugas, G. (2010). *La Complejidad de lo Efímero*. Ediciones GEMA. Barquisimeto, Venezuela.
- UNESCO. (2020). ¿Qué es la Educación para el Desarrollo Sostenible? [Documento en línea]. Disponible: <https://es.unesco.org/themes/educacion-desarrollo-sostenible/comprender-EDS>. [Consultado: 16/07/2020].
- Viaña, F. (2018). Epistemología hacia la Formación Gerencial del Siglo XXI. Ensayo. *TEACS*, Año 11, Numero 23, Julio-Diciembre 2018 – pp. 53 – 60.
- Vizcaíno, G. (2019). Andamiaje Metodológico en los Estudios Organizacionales: Aplicación en liderazgo organizacional. *Sapienza Organizacional*. Año 6 Nº 12 Julio / Diciembre 2019. pp 217 – 232.
- Ynzunza, C. (Ed.). (2017). *El Entorno de la Industria 4.0: Implicaciones y Perspectivas Futuras* Conciencia Tecnológica, núm. 54, 2017 Instituto Tecnológico de Aguascalientes. [Documento en línea]. Disponible: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/944/94454631006/html/index.html>
- Zambrano, J. (1997) *PNL Programación Neurolingüística para todos. El modelo de la excelencia*. Alfadil ediciones. Venezuela.