



Desde la ventana: la mirada a siete industrias desde el confinamiento

tekio  Agencia
de inteligencia
colectiva

Reflexiones sobre los diálogos virtuales
con expertos de siete industrias.

Julio, 2020



Derechos Reservados © 2020
Tekio Agencia de Inteligencia Colectiva

Co-fundadores Tekio

Ana Lacorte
Marcela Quintana
Mervyn Cruz

www.tekio.mx

Revisión editorial:

Mervyn Cruz

Edición gráfica:

Emilio Bustamante

Fotografías:

Andrés Pérez-Peña Campos
istockphoto

Contenido

01

**¿Dónde poner la mirada
en el confinamiento?**

02

**Diálogos realizados
en este proyecto**

03

**Ideas claves de las
conversaciones**

04

**Las ventanas
de aprendizaje**

- Ventana personal
- Ventana productiva
- Ventana social
- Ventana ambiental

05

**Acciones individuales
y colectivas**

06

**Itacate para adentrarse
en el tema**



01

¿Dónde poner la mirada
en el confinamiento?



¿Dónde poner la mirada en el confinamiento?

La respuesta a la crisis sanitaria causada por la Covid-19 generó dos efectos, por un lado paralizó la actividad pública y comercial como la conocíamos, y por el otro, movilizó aceleradamente la digitalización de varios aspectos de la vida. Los reportes más recientes calculan que en sólo tres meses de confinamiento el desarrollo de la tecnología ha avanzado en su adopción el equivalente a seis años.

La atención de la crisis ha resaltado la diversidad social y las profundas desigualdades que forman parte del paisaje nacional. La asimetría del impacto de la crisis se vive de igual forma en la diversas industrias que conforman la fuerza productiva de nuestro país, según lo expuesto por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) en el informe Desafíos de Desarrollo ante la Covid-19 en México Panorama Socioeconómico publicado en mayo de 2020, puntualiza que los campos de mayor afectación

por la Covid-19 serán aquellos que antes de esta pandemia ya se encontraban en un estado de alta fragilidad a causa del predominio de microempresas, la alta tasa de economía informal y la deficiencias en el acceso a servicios públicos, salud, educación y muy puntualmente la desigualdad de género.

En medio de esta vorágine de sucesos, desde Tekio tomamos la decisión de abrir ventanas de oportunidades, y echar una mirada a siete industrias para reflexionar junto a sus exponentes los desafíos en esta coyuntura y así, poder comenzar a identificar los anticuerpos para responder con acciones acorde a esta realidad.

Desde la ventana, es un ejercicio de inteligencia colectiva impulsada por Tekio, con la intención de generar un diálogo y reflexión multidisciplinarios que nos permita a través de diferentes miradas comprender los elementos

para la construcción de un futuro compartido con prosperidad.

En este documento les compartimos nuestros aprendizajes esperando que sean un aliento para seguir construyendo juntos.

Esperando encontrarlos con salud, ánimo y esperanza

Los cofundadores de Tekio
Ana, March, Mervyn



02

**Diálogos realizados
en este proyecto**

Diálogos realizados en este proyecto

**Andrés
Pérez-Peña
Campos**

Gerente General
de Fundación ADO.
Mobility ADO.



Pregunta:

**¿Cómo seguir colaborando
con nuestras comunidades
a distancia?**

Fecha:

6 de mayo 2020

Link de consulta de conversación:

<https://bit.ly/AndresEnTekio1>

**Salvador
Fernández
Félix**

Socio Director
de Semion, S.C.



Pregunta:

**¿Cómo entender los signos
de lo que está pasando
y resignificarlos?**

Fecha:

13 de mayo 2020

Link de consulta de conversación:

<https://bit.ly/SalvadorEnTekio2>

**Juan
Manuel
López
Garduño**

Socio – Director
en Edumundo 360



Pregunta:

**¿Qué ventajas y desventajas
hay en este momento
de hiperconectividad?**

Fecha:

20 de mayo 2020

Link de consulta de conversación:

<https://bit.ly/JuanManuelEnTekio3>



**Elfid
Torres**

Director Ejecutivo
de FUNDES LATAM

Pregunta:
**¿Cuáles son los nuevos
escenarios para las micro
empresas en Latinoamérica?**

Fecha:
27 de mayo 2020

Link de consulta de conversación:
<https://bit.ly/ElfidEnTekio5>



**Elleli
Huerta**

Asesora en Financiera
Nacional de Desarrollo.

Pregunta:
**¿Cómo generar consensos
para resolver problemáticas?**

Fecha:
3 de junio 2020

Link de consulta de conversación:
<https://bit.ly/ElleliEnTekio5>



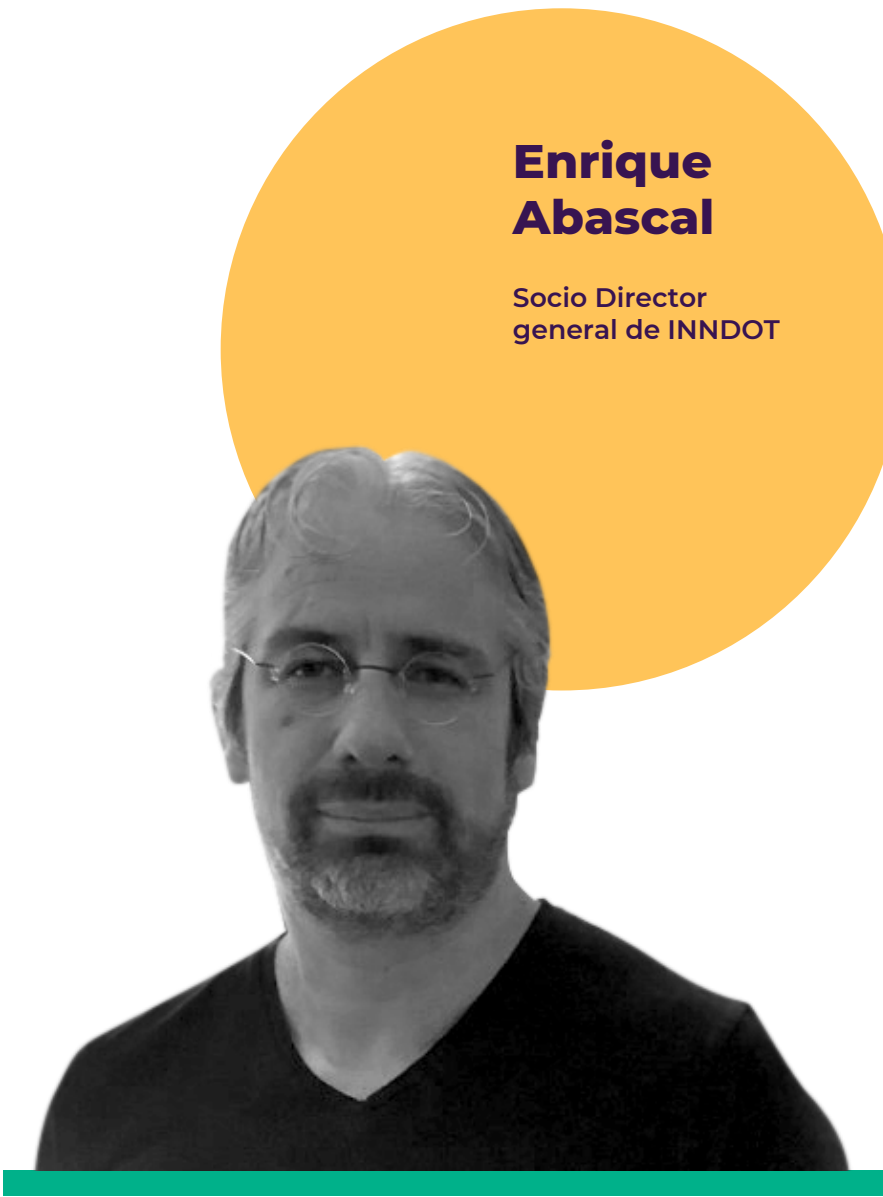
**Jaime
Cervantes**

Consultor en liderazgo
humano y bienestar
organizacional y Accionista
en Vitalmex.

Pregunta:
**¿Qué estilo de liderazgo
es pertinente para el mundo
que viene?**

Fecha:
10 de junio 2020

Link de consulta de conversación:
<https://bit.ly/JaimeEnTekio6>



**Enrique
Abascal**

Socio Director
general de INNDOT

Pregunta:
**¿Cómo la inteligencia
artificial está moldeando
al mundo?**

Fecha:
17 de junio 2020

Link de consulta de conversación:
<https://bit.ly/EnriqueEnTekio7>

03

Ideas claves de las conversaciones



Ideas claves de las conversaciones

Sesión 1. ¿Cómo seguir colaborando con las comunidades a distancia?

La necesidad de confinamiento social para enfrentar la pandemia por la Covid-19, ha obligado a un gran número de organizaciones a repensar su proceso de trabajo, un grupo que se ha visto impactado por esta situación son las organizaciones del sector social cuyas actividades se centran en el trabajo *in situ* con sus comunidades de beneficiarios, y ante la imposibilidad de poder generar los contactos presenciales, han repensado el espacio donde se encuentra el valor de su labor.

El director de Fundación ADO, Andrés Pérez-Peña, comparte la experiencia y las herramientas que desde esta organización han aplicado para mantener la continuidad de los proyectos de impacto social que operan en comunidades rurales del sur y sureste del país. Explica la importancia de integrar el conocimiento y modos de

vida locales en el diseño de estrategias de desarrollo local y la relevancia, que desde las organizaciones se destinen recursos para el fortalecimiento económico ante la pandemia.

“Hoy más que nunca
necesitamos seguir
reinvirtiendo en México”

El trabajo previo es un factor clave para la generación de impacto. Dentro de su exposición comenta que con la ayuda de las organizaciones se han implementado acciones colaborativas a través de redes y se han reactivado prácticas culturales ancestrales como es el trueque, lo cual permite a las comunidades conducir su autogestión para poder hacer frente a la situación actual. Mediante esta crisis se dejan al descubierto dos aspectos importantes: el primero tiene que ver con los cimientos construidos por las organizaciones, el trabajo y lazos construidos por las fundaciones en dichas comunidades sirven como base de

confianza para poder establecer los parámetros organizativos de una estrategia comunitaria frente a la emergencia. El segundo aspecto es a la inversa, es decir las propias organizaciones, fundaciones o empresas de 2do nivel tienen que repensar sus modelos estratégicos y colaborativos hacia estas comunidades, tratar de reinventarse y ser resilientes para garantizar resultados óptimos.

“Esta situación nos ha
exigido reinventarnos
a todos, descubrir nuevas
competencias que las
teníamos ahí, como en
espera y no nos habíamos
dado cuenta y empezar
a adaptarnos a todos los
niveles de trabajo”



Ideas claves de las conversaciones

Sesión 2. ¿Cómo entender los signos de lo que está pasando y resignificarlo?

Los cambios en las dinámicas cotidianas por el confinamiento han generado cambios en la forma en que comprendemos nuestra realidad. Sin saberlo el confinamiento ha influenciado nuestras necesidades, la forma en que tomamos decisiones y el significado de muchos aspectos de nuestra vida como lo puede ser el trabajo, la familia o el hogar. Salvador Fernández, socio fundador de la empresa Semion especialista en estudios de mercado a través de herramientas semióticas, nos explica la importancia de los significados y resignificados que hoy en día van surgiendo. Desde esta perspectiva comprender los diferentes contextos en los que se encuentra la sociedad mexicana cobra gran importancia, porque desde este lugar van surgiendo los significados de la nueva normalidad. La enorme desigualdad que define a la sociedad mexicana, influye en la forma

en que las personas experimentan y viven la pandemia, para algunos, con el privilegio de trabajar desde casa, les ha permitido aprovechar mejor el tiempo, descubrir nuevas aficiones o cambios positivos, sin embargo para aquellos con mayores vulnerabilidades su experiencia de confinamiento no ha sido tan satisfactoria, debido a que su fuente de ingresos requiere que salgan al espacio público a ganarse el sustento de su familia.

“La realidad en México es que no todo mundo tiene internet, no todo mundo tiene la ventaja, muchas comunicaciones quedan estériles”

En la entrada a la nueva normalidad las personas evaluarán con nuevos lentes los productos y servicios que se ofrecen, la seguridad y la higiene son conceptos que se están resignificando, usar una

maskarilla, los empaques transparentes, sellos de seguridad o garantías de proceso tomarán mucha fuerza entre la sociedad. Las organizaciones deben poner mucha atención en la forma en que las personas han cambiado en el confinamiento para poder enviar un mensaje adecuado a su audiencia, la comunicación que generen se debe alinear con las nuevas realidades y los contextos, esto permitirá brindar experiencias y sensaciones de seguridad a los consumidores. Para ello es necesario que estas empresas encargadas de comunicar tengan consciencia de la responsabilidad que conlleva ser la emisora de mensajes en situaciones de crisis.

“Es momento de repensar los diferentes modelos de negocios y de nuestro consumo...no todo tiene que estar globalizado”



Ideas claves de las conversaciones

Sesión 3. ¿Qué aprender de nuestra conexión y tiempo en redes?

Desde la mirada de Juan Manuel López Garduño, Socio – Director en Edumundo 360, la sociedad se debate entre la búsqueda de acciones sostenibles y la necesidad de la inmediatez.

La necesidad de construir en las nuevas generaciones una perspectiva de largo plazo es crucial para poder visualizar la aspiración de un futuro que se adapte a las necesidades de las nuevas generaciones y les brinde las condiciones para su desarrollo integral, sin embargo la tecnología, cada vez más eficiente en la entrega de experiencias, nos conduce a una vida marcada por satisfacciones a corto plazo, donde a la larga impactan en la formación de la sociedad, la cual se enfoca en lo inmediato y con pocas herramientas personales para conectarse con un futuro que requiere de paciencia y dedicación para construirse.

Las decisiones más importantes de la vida no están a un “*click*” de distancia.

“La tecnología es un factor importante para el desarrollo sostenible, es imposible pensar la historia de la humanidad sin la tecnología, aunque las problemáticas son de índole ético”

La tecnología es un factor importante para la humanidad, sin embargo se tienen que comprender que no es la única vía de sostenibilidad y de estar conectados con el mundo real, en esta crisis si se vuelve un elemento de alto valor para poder seguir desarrollando las actividades de diferentes sectores, sin embargo no se generan las mismas experiencias, porque los valores emocionales y afectivos se ven trastocados, en ese sentido se llega

a desdibujar un poco la identidad de las personas al estar en la nueva "normalidad" de conexión.

“Cuando se habla de educación para desarrollo sostenible, también se habla de educación para la ciudadanía por el bien común”



Ideas claves de las conversaciones

Sesión 4. ¿Cuáles son los nuevos escenarios para las microempresas en Latinoamérica?

Desde hace más de 30 años FUNDES Latam ha visto a las Mipymes como un factor clave para el desarrollo económico de Latinoamérica, y las ha acompañado en su fortalecimiento y profesionalización a través de diversas estrategias.

Para Elfid Torres director de esta organización, la atención a las Mipymes en la pandemia no puede ser uniforme, el mundo de las Mipymes está marcado por la pluralidad de realidades, por lo que desde su organización han identificado tres perfiles de resiliencia ante la crisis: Las indispensables, que mantienen su operación en el confinamiento y pueden adoptar nueva tecnología y procesos en el corto plazo, las necesarias las cuales brindan servicios necesarios pero de consumo poco

frecuente y las no indispensables las cuales brindan servicios cuya adquisición no son tan cruciales en los momentos de crisis.

“Aprovechar esta coyuntura para poder reinventar los modelos de las PYMES y generar catálogos digitales, sin embargo hay que adaptarlos para las realidades de los diferentes mercados”

Aprovechar la brecha que se ha abierto para replantear los modelos de las micro, pequeñas y medianas empresas tiene que ser un elemento a considerar para que las Mipymes sobrevivan y no queden en algún sentido obsoletas, garantizando un panorama económico sustentable a través de: Eficiencia, productividad,

tecnificación, digitalización y adaptabilidad a las diferentes realidades de mercados que existen en México y Latinoamérica.



Ideas claves de las conversaciones

Sesión 5. ¿Cómo generar consensos para resolver problemáticas?

La pandemia mundial genera una problemática en las relaciones que hay entre los seres humanos y la naturaleza, por tal motivo es importante comprender la forma en que nuestra sociedad se relaciona con el medio ambiente y la biodiversidad.

Al ser la naturaleza un bien que compartimos todos, encaminar estrategias para su conservación es una responsabilidad que todos los miembros de una sociedad compartimos, por lo que se requiere conjuntar la visión y voluntades de actores a diferentes niveles. Este proceso de construcción de acciones en común es un proceso que se teje fino, y requiere de un diálogo constante y permanente.

“La biodiversidad y el medio ambiente son parte de nuestra vida diaria, aún en el confinamiento porque nos seguimos alimentando y la producción de esos alimentos tiene que ver con el desarrollo sostenible”

La acción colectiva para mantener los procesos de conservación de la biodiversidad, tiene que ver desde los productores de los diferentes sectores hasta los consumidores finales, porque ambos sienten un reconocimiento y una valoración por los impactos que van generando a lo largo del tiempo. La pandemia deja entre ver los hábitos alimenticios de la población mexicana y en ese sentido se ve como área de

oportunidad para ir generando decisiones individuales más conscientes sobre lo que se compra y a quién, así como el productor puede valorizar sus prácticas productivas y hacerlas de forma sostenible.

“Escoger los alimentos no necesariamente tiene que ver con el precio, sino con la disponibilidad de los productos, es más fácil obtener alimentos procesados a tener que cocinarlos”



Ideas claves de las conversaciones

Sesión 6. ¿Qué estilo de liderazgo es pertinente para el mundo que viene?

El cambio brutal que están teniendo todas las organizaciones demanda un nuevo estilo de liderazgo. Para Jaime Cervantes, el liderazgo debe estar centrado en la persona y no solo en el objetivo, ser líder implica saber guiar a las personas y a tener mayor autonomía.

El enfoque de liderazgo humano, que Jaime propone, está basado en el desarrollo de cinco actitudes dinámicas:

- **Consciente**
- **Visionario**
- **Servicial**
- **Responsable**
- **Social**

“Si no tienes bien claro cómo ser líder, en donde están tus principios, tu autonomía y tus valores vas a ser víctima de los excesos”

La autonomía de las personas es primordial para este enfoque de liderazgo porque, es de esta manera que se puede llegar a tener autogobierno de sí mismo y cuando esto no existe el liderazgo es frágil.

De esto se desprenden diversos tipos de liderazgos que escalan como liderazgo de servicio, donde puedes generar sensaciones y experiencias de empatía hacía el otro. Haciendo que todo lo anterior se conjunte para generar liderazgos un poco más profundos y óptimos.

La pandemia viene a transformar la organización y esto significa la adopción de nuevas medidas de diferentes índoles, por lo tanto se necesitan personas con cualidades y características que entiendan que los cambios se van quedando con el tiempo y hay que adaptarse.

“Es momento de participar, de incluir y de invitar a la diversidad para crear escenarios distintos”



Ideas claves de las conversaciones

Sesión 7. ¿Cómo la inteligencia artificial está modelando al mundo?

La pandemia ha despertado el debate sobre el rol de la tecnología en la sociedad y la producción. A través de diferentes soluciones tecnológicas se han logrado conocer la movilidad en el espacio público, la probabilidad de contagio de una persona o la medición de temperatura corporal para conocer el estado de salud de una persona. Para Enrique Abascal director general de INNDOT, la transformación digital que estamos experimentando en nuestra cotidianidad hoy no es nueva, es el resultado de un proceso de más de 40 años en el que se ha buscado la automatización de procesos que podrían resultar repetitivos para una persona y que un algoritmo puede realizar con mayor eficiencia. Inteligencia artificial es un concepto

amplio, en el cual no toda la tecnología que se encuentra ahí es realmente inteligente, ya que si bien se automatizan operaciones para los cuales se requiere un cierto grado de especialización, al mismo tiempo esta tecnología depende de la imaginación, creatividad y la experiencia humana.

“La inteligencia artificial es como una extensión de la capacidad de la inteligencia humana”

La tecnología brinda grandes oportunidades a la sociedad, gracias a soluciones de inteligencia artificial se han logrado mantener la actividad educativa en ciertos sectores, demostrando su valía y beneficios, pero al mismo tiempo pone en evidencia el acceso desigual a ella.

“La misma tecnología permite hacer varias cosas, me permite entender que como sociedad donde encontramos un balance [...] la pandemia ha marcado una disrupción y la tecnología nos permitirá leer cómo la humanidad pudo salir de esta situación, vemos el valor de la tecnología, de la inteligencia artificial y no solo de la inteligencia artificial, sino de la inteligencia que nos hace ser humanos”

04

Las ventanas de aprendizaje



Las ventanas de aprendizaje

A pesar de los contrastes entre las diferentes industrias que participaron en este diálogo colectivo **Desde la Ventana**, pudimos apreciar que las preocupaciones con nuestros interlocutores redundantemente mostraron un interés en el impacto del confinamiento hacia las personas, así como su actividad productiva, sus relaciones sociales y el vínculo con su entorno.

Tomamos estos temas de coincidencia para analizar las conversaciones desde estas 4 ventanas de aprendizaje, que nos permitan comprender la convergencia de eventos que están revolucionando cada una de ellas.



Ventana
personal



Ventana
productiva



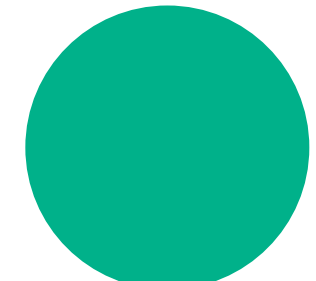
Ventana
social



Ventana
ambiental



Ventana personal



En esta pandemia la única certeza es que no seremos los mismos cuando esto acabe. El llamado al confinamiento ha generado una pausa social que ha impactado la forma en que comprendemos nuestras necesidades y nuestra relación con el tiempo y los espacios donde nos desenvolvemos.

Aunque las experiencias particulares son diversas, en lo general la cuarentena nos ha permitido a un gran número de personas retomar o experimentar nuevos intereses o habilidades, tomar el tiempo para reflexionar sobre el futuro y redescubrir la necesidad de interactuar con el otro. La restricción del contacto físico impacta una de las necesidades más básicas humanas: la construcción de relaciones, por lo cual se ha buscado cubrir esta necesidad a través de soluciones digitales que incrementan la conectividad y colateralmente nuestra dependencia tecnológica.

Nuestro tiempo, nos invita a ser sensibles a otras realidades para despertar cuestionamientos a partir de la realidad simultáneamente ajena y compartida, retar nuestros valores y abre paso a los que creemos serán más relevantes en el futuro, como lo son el afecto, la responsabilidad, la ética, la generosidad, el servicio y la resiliencia.

De ahí se derivan cuatro aprendizajes en la ventana personal identificadas a través de las conversaciones

Desde la Ventana:





Ventana personal

Conciencia del espacio

Los lugares donde nuestra vida sucede han cambiado de forma abrupta, la sociedad mexicana está acostumbrada a una dinámica social que acontece en el espacio público (el transporte público, el trabajo, plaza, cine, fiesta, eventos sociales, etc.) ha tenido que permanecer en casa y redescubrir las ventajas y desventajas de este lugar. Se han vuelto visibles el tipo de interacción que establecemos con los otros, los espacios con los que contamos y la distancia que implica cubrir nuestras necesidades más básicas.

Virtualidad del consumo

El consumo de entretenimiento, de bienes, de productos e incluso los espacios sociales se trasladaron en su mayoría a un ámbito virtual, esto ha incrementado la oferta de contenido

y experiencias, al mismo tiempo que la cantidad de opciones no permita una interacción selectiva con lo que está al alcance.

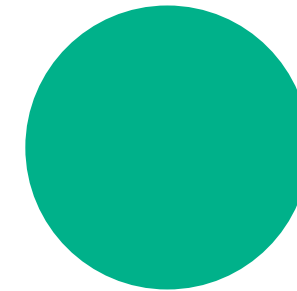
Para una sociedad que tiene todo a un “click” de distancia, la espera, la tolerancia y la paciencia son ejercicios extremos.

Vacío de rituales y rutinas

Los momentos más significativos en la vida, como una graduación, una titulación o un velorio, tenían un significado fuerte y afianzaban el sentido de comunidad. Las rutinas de traslado, los horarios de comida compartidos en la oficina, el regreso de los hijos de la escuela, se diluye en un día donde el tiempo colapsó y todo puede suceder a la vez. Hay una falsa sensación del dominio del tiempo donde un día parece no durar nada a la vez que el confinamiento causa la sensación de una eternidad.

Transición de lo individual a lo colectivo

Estamos ante un momento de replanteamientos conscientes, hoy es posible formarnos e incluso reinventarnos a partir de la conciencia de sí mismo, de la autonomía de principios y reformular incluso hábitos de consumo que conecten las pequeñas acciones individuales para generar un impacto colectivo e incluso global. Pasar de un individualismo a un colectivismo abre la oportunidad para construir una idea de futuro a largo plazo con solidaridad y sentido de comunidad.



Si bien el entorno productivo ya estaba en transformación desde hace un tiempo, el llamado al confinamiento ha puesto a prueba los modelos actuales y visibiliza sus desafíos.

El entorno productivo ha experimentado importantes cambios en los procesos para poder llevarse a cabo a través de la sana distancia, lo que en algunos casos ha implicado acelerados procesos de digitalización hasta una transformación del corazón de los negocios, reconfigurando la forma en la que se crea valor.

Es lógico pensar en la necesidad de un “reajuste” en los modelos, es tiempo de probar, aprender y reinventar, pero ante la magnitud del cambio y la incertidumbre, adaptarse resulta insuficiente, se requiere reinvención,

pasar de conectarnos a contenidos a vincularnos a contextos que detonen una visión e intervención de todo el ecosistema relacionado a cada modelo conocido.

La respuesta está en acelerar y cerrar la brecha de creatividad, disrupción, accesibilidad a la tecnología, y eso solo se logra a través del trabajo colectivo para desarrollar proyectos integrales sostenibles y potencializar resultados.

Este escenario estará marcado por nuevas tendencias:





Ventana productiva

La nueva austeridad

Los patrones de consumo se frenaron en gran medida por dos factores: el primero por la caída de la economía y el segundo por la baja interacción social. En un ejercicio simple, el *ticket* promedio de un restaurante es de casi un 60% menor en la venta en línea en comparación con la venta presencial.

Es la convivencia social la que promueve el consumo: la bebida extra, el plato al centro, el postre y demás gustos que pierden sentido al pasar por el filtro de una *app*. Este nuevo estado de frugalidad también está cifrado en la desconfianza de convivir en espacios públicos cuando la paranoia sigue latente. Se sigue demostrando la fuerza colectiva del consumidor quien paraliza economías enteras en su repliegue, que aunque forzado, ha logrado impactar más que cualquier crisis financiera previa.

Nacimiento de una nueva clase trabajadora

El paradigma del empleo ha cambiado, una nueva y privilegiada clase trabajadora ha logrado mantener su eficiencia y desempeño desde su hogar, reduciendo los gastos hormiga como el café de la mañana y generando importantes ahorros en alimentación, traslados y vestimenta

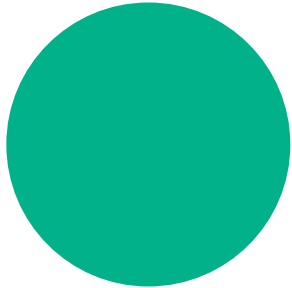
Re-empoderamiento del consumidor

Un punto de inflexión en el modelo económico y social son los generadores de ingresos y empleos, este rol lo llevan las Mipymes, quienes dan accesibilidad a una gran cantidad de productos y servicios pero con una alta dependencia de clientes. En este actor se ha concentrado el mayor espacio de innovación, en la modernización de los

formatos tradicionales, la digitalización de la oferta y la manera en que se utiliza la tecnología para fortalecer las comunidades de consumo, es decir, el foco pasó de la productividad a la viabilidad en esta coyuntura.




Ventana social



¿Qué nos hace una comunidad? Es aquello que tenemos en común. ¿Y qué nociones tenemos si hablamos de lo común? En la diversidad de nuestro México conviven diferentes realidades, con importantes contrastes y vulnerabilidades.

En esta pandemia global las comunidades más arraigadas han optado por la autoprotección como respuesta ante la amenaza, condición que no les es ajena y les ha permitido desarrollar habilidades pertinentes ante la crisis sanitaria como responsabilidad, asertividad y trabajo colaborativo.

Trasladar esas respuestas a otros grupos y condiciones, como la aplicación de las capacidades de resiliencia comunitaria, representan valiosos aprendizajes para navegar la incertidumbre y amenaza de sobrevivencia. En el actual estado de las cosas es indispensable:





Ventana social

Cerrar la brecha de las desigualdades

En el entorno social la brecha es más visible y un fenómeno como la pandemia exige potenciar las posibilidades de cambio, para ello se requieren habilitadores como la reconstrucción del tejido social y económico a través de proyectos y emprendimientos comunitarios productivos, el uso de la tecnología y el desarrollo local desde la economía solidaria que despierte la conciencia comunitaria donde todos sean capaces de ver colectivamente por el bien común.

Repensar la forma en que generamos participación

En muchos casos las organizaciones que trabajan en espacios rurales y urbanos, replegaron sus procesos comunitarios a la tradicional vía telefónica y virtual

cuando era posible. Si bien la virtualidad requiere de una cierta eficiencia también puede caer en el abuso del recurso. La interacción presencial se limitó pero habrá que cuestionarse si las comunidades extrañan los procesos de intervención social. La distancia no debe ser motivo para una ruptura en la participación comunitaria, mantener el diálogo, la asamblea y el intercambio abierto de ideas, es indispensable para que en medio de los escombros que deje la pandemia podamos mantener una visión compartida del futuro.

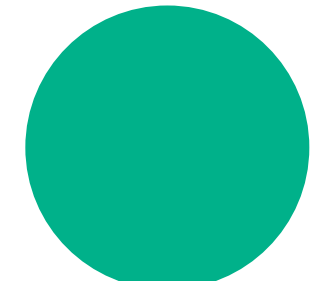
Una oportunidad para lo común

Estamos en tiempos donde arrecian los discursos incendiarios que sólo acentúan la polarización. Las distancias sociales y carencias del sistema se vuelven más peligrosas en un entorno que sólo deja ver dos extremos de la catástrofe. Pero es justo la emergencia la que nos

muestra de qué estamos hechos y nos abre la oportunidad para una historia diferente. Sólo si reconocemos nuestra diversidad y encontramos la forma de soñar en conjunto podremos salir adelante. Quizás el esfuerzo más importante ahora es centrarnos en aquello que tenemos en común y que busquemos preservar.



Ventana ambiental



El entorno ambiental ha sido parte de la conversación global desde hace varias décadas con mensajes de urgencia pero sin injerencia en aquellos aspectos prioritarios que pueden reflejar un cambio de rumbo en las consecuencias.

El gran encierro y sus primeros efectos ha actualizado los cuestionamientos con una perspectiva un poco más consciente del lugar central que ocupa el entorno natural. El ser humano es un elemento más dentro de la biodiversidad del territorio, y desde esta perspectiva sus necesidades de producción, distribución, transformación y comercialización de productos requieren un enfoque más equilibrado con la realidad natural. La economía es un subsistema del sistema ecológico y ya no puede estar al centro.

La normalidad post Covid-19 debe priorizar el medio ambiente. Esta pandemia nos

mostró la alta interdependencia que tenemos con la naturaleza y la poca consciencia que tenemos de ello.

Como pregunta Peter Senge ¿Cómo nos enamoramos del mundo natural de nuevo?, ¿A qué le apostamos en nuestro regreso a la vida cotidiana?, ¿Se pueden replantear los sistemas de consumo, las cadenas de valor, la logística de producción masiva para satisfacer los grandes mercados?. Claramente nuestros patrones de consumo chocan con nuestro bienestar. Necesitamos nuevos modelos de entendimiento y agencia conjunta para imaginar





Ventana ambiental

mundos más sencillos que nos lleven al “buen vivir”. Como propone Neil Postman, *“estamos en una misma nave espacial y no tenemos otra, más nos vale cuidarla responsablemente”*.

Impulsar acciones colectivas

La pandemia hace inminente la viabilidad de impulsar acciones colectivas en las que convergen múltiples actores para buscar trabajar con un objetivo en común; es ahí donde el binomio de la producción y el consumo (alimentación) representa uno de los espacios de intervención con mayor potencial.

Desde las acciones individuales, particularmente las que tienen que ver con los hábitos y decisiones de consumo, se busca una mayor conciencia sobre los costos ambientales asociados al consumo de bienes y servicios, del papel

esencial que juegan los productores de alimentos (agricultores), información respecto al origen y prácticas de producción de lo que se consume y del impacto tienen las elecciones de un producto sobre el otro.

Nuevas cadenas

Desde los modelos de negocio se requiere abrir una oportunidad de participación a la producción local responsable, modelos incluyentes que impulsen a las pequeñas y medianas empresas, pero también para las empresas comunitarias, las asociaciones de productores y otros colectivos que estrechan el vínculo entre productores y consumidores. Es necesaria una reconfiguración en la forma de consumo que detone una nueva manera de construcción de modelos económicos donde el medioambiente sea un actor activo y la sustentabilidad como la ética sean elementos fundamentales, con el

objetivo de que los ciudadanos consuman productos más sanos y culturalmente más apropiados.

05

Acciones individuales y colectivas



Acciones individuales y colectivas

La recuperación del bienestar de nuestros espacios y el desarrollo de nuestras comunidades es un reto que todos compartimos, aportando en lo individual podemos encaminar una importante fuerza colectiva que permita un recuperación consciente y positiva.

En este espacio compartimos algunas acciones que desde lo individual y lo colectivo podemos impulsar.

Las oportunidades son muchas y muy diversas, esperamos que apartir de esta semilla de inspiración coseches nuevas perspectivas de acción.

Acciones individuales

- **Abrazar la diversidad, la diferencia y la controversia.** El confinamiento no ha sido igual para todos, requerimos entender otras perspectivas y realidades. Ser empático, tratar de comprender las situaciones de los demás y actuar estando conscientes de eso.
- **Dejar de utilizar la tecnología de manera cosmética,** dejar de aferrarnos a la forma y enfocarnos en el fondo, tener cierto control de la hiperconectividad,

sólo eso hará que te puedas conectar realmente con lo que te rodea.


- **Fortalecer los hábitos de consumo que generan efectos de recuperación expansivos,** acercarnos más al consumo local, informarnos con respecto al origen y las prácticas de producción de lo que consumimos, por último se debe tener en cuenta el impacto que tiene en las personas el hecho de elegir un producto sobre otro.
- **Aprender a administrar el tiempo** y darle prioridad a lo que verdaderamente es importante
- **Reconocer al otro y tomarse el tiempo de escuchar,** indagar y dejar el juicio inmediato de lado, ahora más que nunca, la paciencia y tolerancia son valores a ejercitar.
- **Reconocer nuestro liderazgo personal y sensibilizarnos sobre las acciones** y decisiones que afectan nuestro entorno, con visión, pensamiento crítico y resiliencia para orientarlo a imaginar nuevos futuros.

Acciones colectivas

- **Reajustar los modelos de intervención social y estrategias de acompañamiento** asegurando una estrategia de salida con los grupos de base a partir de instalar capacidades e incluir promotores comunitarios que permita dar continuidad y seguimiento.

- **Asegurar la bioseguridad de productos y servicios** donde los códigos de comunicación se centren en transmitir confianza al consumidor y establecer vínculos cercanos de retroalimentación y reinención continua con las comunidades de consumo.
- **Poner a disposición todo el conocimiento e información** al alcance de los beneficiarios y actores relevantes para la sostenibilidad de los modelos de negocio (MiPYMES).
- **Crear alianzas con los aliados de los ecosistemas y con especialistas multidisciplinarios** para repensar los modelos de negocio de las MiPymes.
- **Impulsar acciones colectivas** en las que convergen múltiples actores bajo un objetivo en común y ofrecer soluciones enfocadas en retos compartidos.
- **Centrar la inteligencia artificial (IA) y la tecnología** potenciar las posibilidades de cambio para cerrar la brecha a partir de diagnósticos basados en datos y toma de decisiones éticas.

Itacate para adentrarse en el tema



Postman, N. (1999).
**El fin de la educación. Una nueva
definición del valor de la escuela.**
Barcelona: EUMO-Octaedro
(primera edición original 1995)

Boullosa, N. (Mayo 3, 2018).
**Ecología del cambio tecnológico:
la vigencia e Neil Postman.**
<https://faircompanies.com/articles/ecologia-del-cambio-tecnologico-la-vigencia-de-neil-postman/>

Floridi L. (2011).
The fourth technological revolution.
TEDxMaastricht
<https://www.youtube.com/watch?v=c-kJsyU8tgI>

Senge, P. (1997).
Tragedy of our times. Systems Thinker.
<https://thesystemsthinker.com/the-tragedy-of-our-times/>

Turkle, S. (Febrero, 2012)
TED 2012 ¿Conectados pero solos?
https://www.ted.com/talks/sherry_turkle_connected_but_alone?language=es

Carr, N. (Octubre 13, 2016)
VodafoneOne
**¿La tecnología puede desafiarnos
y mejorarnos o volvernos criaturas
pasivas?**
<https://www.youtube.com/watch?v=MAh5UG-K8iSA>



Desde la ventana:
la mirada a siete industrias
desde el confinamiento

tekio  Agencia
de inteligencia
colectiva

**“Construir respetando
tu corazón y el de los demás”**

*“Guzanu’ nicusuuba
diidxa ladxidulu ne stica Binni ”*