

ASINM[®]



ASINM N° 002-002

**Máster en Neuromarketing y
Antropología Fredy Nilson García
Socio Líder**

LOS NUEVOS BÁRBAROS

AUTOR DE ILUSTRACIONES, DIAGRAMACIÓN, EDICIÓN GRÁFICA: Msc. Rebeca Zapata

BÁRBAROS

La palabra "**bárbaro**" tiene su origen en el griego antiguo. Inicialmente, era una onomatopeya utilizada de forma irónica por los griegos para imitar el sonido de las lenguas extranjeras, que para ellos sonaban como un "bar-bar-bar".

El término evolucionó a través de los siglos, asumiendo significados muy distintos:

En la Antigüedad Griega y Romana: Designaba simplemente al "extranjero"; es decir, a cualquier persona que no hablara griego (para los griegos) o latín (para los romanos), y que no compartiera sus costumbres y cultura.

Crueldad: Por la asociación con los pueblos que invadieron el Imperio Romano, el término también pasó a definir a quien actúa con extrema violencia, brutalidad o deshumanidad.

Connotación peyorativa: Con el tiempo, debido a la xenofobia de los pueblos clásicos, la palabra adquirió un sentido negativo. Pasó a significar alguien rudo, inculto, sin civilización o salvaje.



¿Qué serían los "Nuevos Bárbaros" en el entorno corporativo/empresarial?

La expresión "nuevos bárbaros corporativos" se refiere a una nueva generación de gestores, inversores y empresas disruptivas que desafían las estructuras tradicionales de poder y el estilo burocrático de administrar los negocios.

En lugar de mantener la estabilidad, priorizan la rápida expansión, la innovación agresiva y, a menudo, la desregulación de los mercados.

Su objetivo es ganar terreno entre los clientes y obtener beneficios para sí mismos o para sus accionistas, pero con un enfoque en una sociedad más consumista y en generar beneficios para la comunidad.

**Pero,
¿siempre
han existido los
bárbaros
corporativos/
empresariales?**

Sí, y los conocemos a través de las revoluciones industriales; la diferencia es que, antiguamente, tardaban décadas en suceder y se daban a nivel de concentración de poder.

Ahora, estas revoluciones ocurren en meses e incluso en pocos años para invadir los continentes y el mundo.

Hoy en día, todo esto sucede en un único ciclo de vida. Vemos nacer, crecer y expandirse las revoluciones bárbaras y, si no nos adaptamos, desapareceremos del mapa, tal como les ocurrió a las sociedades del pasado.

VEAMOS UN BREVE HISTORIAL DE LAS REVOLUCIONES INDUSTRIALES:

O1

La Primera Revolución Industrial (segunda mitad del siglo XVIII, entre 1760 y 1840)

Marcó el paso de la producción agrícola y artesanal al modelo industrializado a gran escala, caracterizándose por la llegada del trabajo asalariado, la mecanización, la producción de acero y el desarrollo del transporte a vapor y los ferrocarriles.

O2

Segunda Revolución Industrial (1850-1945)

Este período expandió las industrias química, eléctrica, del petróleo y del acero, revolucionando los transportes y las comunicaciones con la llegada de coches, camiones, barcos de acero, aviones y el teléfono. Además, introdujo la producción en masa, la energía eléctrica, la refrigeración mecánica y el enlatado de alimentos.

O3

Tercera Revolución Industrial (1950-2010)

Este período estuvo marcado por el paso de la mecánica analógica a la digital con la llegada de internet, los microcomputadores, la robótica y la telefonía móvil. Además, se expandió la digitalización de archivos, la producción agrícola informatizada y los avances en biotecnología, ingeniería genética y energías renovables (nuclear, solar y eólica).

O4

Cuarta Revolución Industrial (iniciada en 2011)

Según datos de Klaus Schwab, presidente del Foro Económico Mundial y autor del libro "La Cuarta Revolución Industrial", el concepto está ligado al de la Industria 4.0. Este modelo empresarial ya tenía como objetivo utilizar todas las tecnologías disponibles en la actualidad para generar conocimiento y productividad.

O5

Quinta Revolución Industrial (iniciada en 2025)

La Industria 5.0 es ampliamente considerada una nueva (o quinta) revolución industrial. A diferencia de la Industria 4.0, que se centra en la automatización y la digitalización (Internet de las Cosas, Big Data), la Industria 5.0 tiene como palabra clave la humanización, pero con una alta tecnología asociada en el día a día.

¿CUÁL SERÍA EL PERFIL DE ESTOS "NUEVOS BÁRBAROS" Y POR QUÉ ME PREOCUPA COMO HUMANO?

Enfoque en el resultado

Están orientados a la ejecución y a metas agresivas, expansivas y de gran aceptación, con mayores márgenes de beneficio.

Ruptura de paradigmas

Actúan de forma descentralizada y desafían a las empresas establecidas que se han vuelto excesivamente lentas o burocráticas.

Disrupción tecnológica y financiera

Utilizan nuevas herramientas, inteligencia artificial y audaces estrategias de fusiones y adquisiciones para ganar mercado rápidamente.

Tiempo

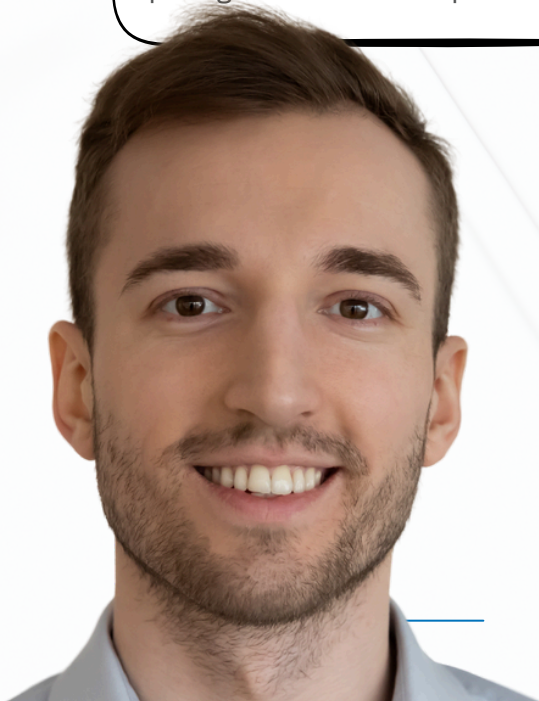
Hasta la Cuarta Revolución Industrial, el tiempo para que estos cambios ocurrieran se medía en décadas; sin embargo, en la Quinta entrarán en juego otros factores: las transformaciones del mercado y la geopolítica ocurrirán en tiempo real (in real time).

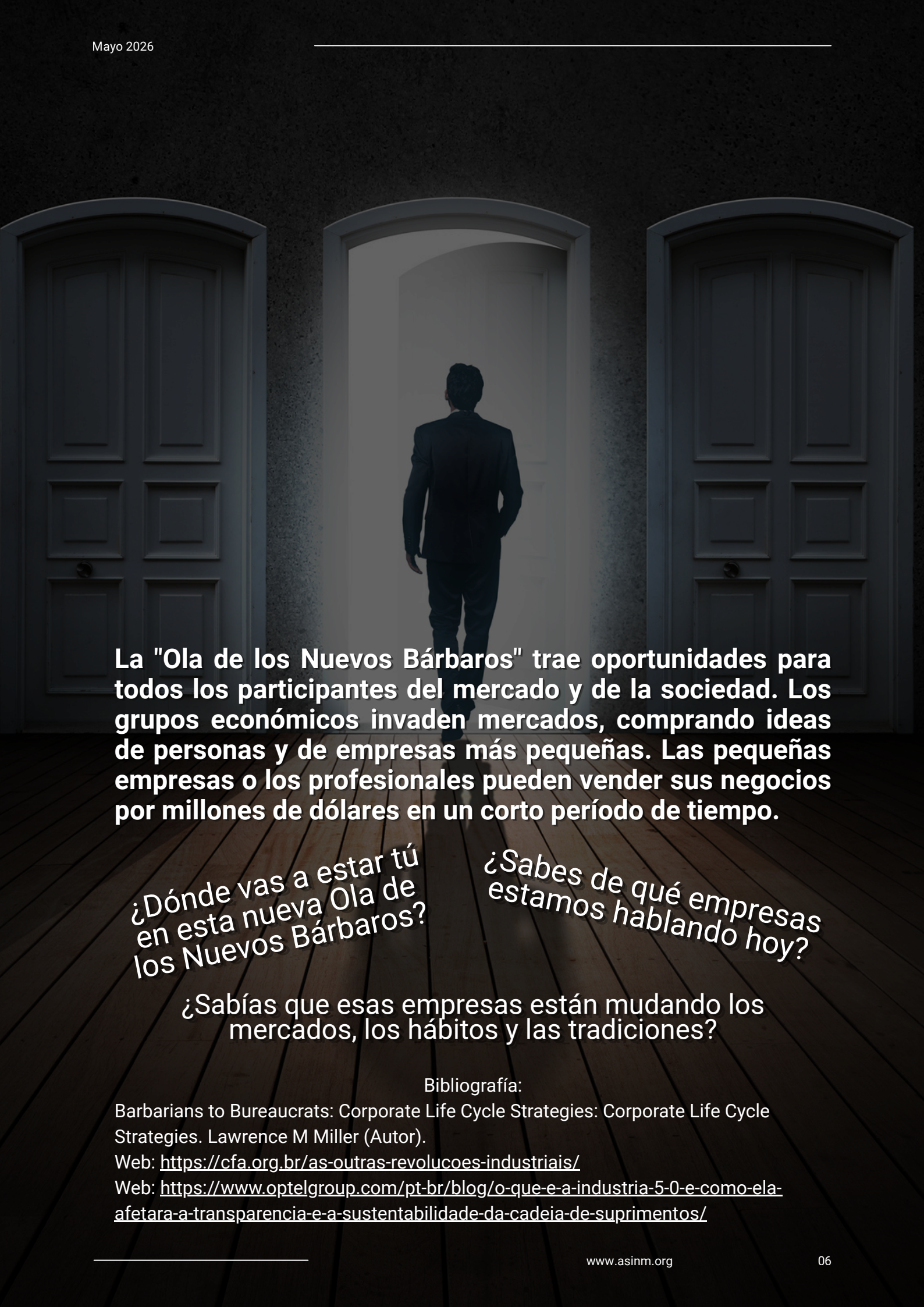
Estructura empresarial

Con metodologías y procesos bien definidos, donde las decisiones se basan en datos.

Profesionales que comprenden

El valor de ser multitarea; especialistas en un segmento, pero conocedores de un conjunto de conceptos y tecnologías omnipresentes.





La "Ola de los Nuevos Bárbaros" trae oportunidades para todos los participantes del mercado y de la sociedad. Los grupos económicos invaden mercados, comprando ideas de personas y de empresas más pequeñas. Las pequeñas empresas o los profesionales pueden vender sus negocios por millones de dólares en un corto período de tiempo.

¿Dónde vas a estar tú en esta nueva Ola de los Nuevos Bárbaros?

¿Sabes de qué empresas estamos hablando hoy?

¿Sabías que esas empresas están mudando los mercados, los hábitos y las tradiciones?

Bibliografía:

Barbarians to Bureaucrats: Corporate Life Cycle Strategies: Corporate Life Cycle Strategies. Lawrence M Miller (Autor).

Web: <https://cfa.org.br/as-outras-revolucoes-industriais/>

Web: <https://www.optelgroup.com/pt-br/blog/o-que-e-a-industria-5-0-e-como-ela-afetara-a-transparencia-e-a-sustentabilidade-da-cadeia-de-suprimentos/>

NUESTROS PROMOTORES



@asinnneuromarketing



ASINM
SE HACE!



"La información NO es de quien la tiene, SINO de quien sabe UTILIZAR"

El futuro exige Neuro-Líderes, y tú ya eres uno de ellos.




Máster en Neuromarketing y Antropología, con posgraduación en Mercadotecnia Empresarial, especialización en Inteligencia Empresarial y actual con más de 25 años con CRM-Customer Relationship Management, en el sector bancario y financiero y consultor de estrategias B2B, B2C e B2B2C.



Mtr. Fredy Nilson García
Socio Líder Trainer

<https://www.linkedin.com/in/fredynilsongarcia/>

 +593 99 966 7722

 www.asinm.org



**ÚNETE A NUESTRA RED GLOBAL
Y ASEGURA TU LUGAR EN LA
VANGUARDIA.**

