

Mujeres: ¿Cómo conciliar la vida familiar y laboral de manera inteligente y productiva?”.

Patricia Schild

La tiranía del miedo

- 10 errores más frecuentes a la hora de cambiar de gafas o lentes de contacto.
- Selección: ¿Búsqueda de candidatos para ocupar un cargo o hallazgo de talentos que aporten al logro de la estrategia?
- Cómo mapear las experiencias del cliente
- 11 aspectos para identificar un falso coach al contratar un proceso de coaching personal o corporativo



Mireya Bernal Mayorga
Editora

G. M. Wilson
Director

Producción:
www.estilogerencial.com

Cra 95 No. 47 A 60
 Interior 238
 Medellín - Antioquia -
 Colombia

Revista académica de carácter científico para la formación de la Alta Gerencia. - Una publicación mensual para el mundo empresarial dirigida a quienes se suscriban por internet.

Las opiniones expresadas son responsabilidad de sus autores.

Podemos ser diferentes

Esta semana me sorprendió escuchar de alguien muypreciado para mí una expresión muy popularizada e incluso avalada por algún estudio de Gallup y que expuso en su libro “descubra sus fortalezas en ventas”: “la gente no cambia”. De verdad lo recibí como si fuese una afrenta pues estoy convencido de la capacidad de las personas para cambiar.

Qué sentido tendría en el mundo la educación, la reeducación y la programación neurolingüística, si no creyésemos que sea posible cambiar. Nadie está obligado a ser quien hoy es, se puede diseñar ese quien queremos ser y convertirnos en él.

Un ejemplo que en educación utilizamos para el entrenamiento de formadores es el “Efecto Pigmalión” y la “Profecía Autocumplida”, herramientas con más de medio siglo que aún continúan siendo parte importante del ejercicio docente.

Si no creyésemos en que la gente puede cambiar, deberíamos matar a todos los criminales que van a la cárcel, para qué dejarlos vivir si nunca van a cambiar. Bueno, esta fue una expresión dura, pero sí, no tendrían sentido que existiesen los centros de rehabilitación.

Para qué servirían los formadores en liderazgo y, especialmente, para qué servirían los Coaches, los psicopedagogos, y los mismos docentes, si la gente no pudiese cambiar. Estaríamos cometiendo el mismo error que cometen los seleccionadores de personal que pronostican el futuro laboral de una persona fundamentándose en las experiencias pasadas. Todos sabemos que esto ya no sirve, menos ellos.

La gente cambia, no siempre para bien y no siempre para mal, pero cambia. El mismo devenir de la vida, la experiencia, los errores y los aciertos nos hacen cambiar y mejor si es con una guía profesional.

Invito a mis amigos dedicados a la formación, al coaching, a la mentoría y mis colegas de consejería, a que expresemos, siempre que podamos, nuestra absoluta convicción de que las personas pueden cambiar y transformarse, dejar de ser la oruga, salir del capullo y convertirse en otro insecto de colores.

G. M. Wilson
 Director

¡Piense en usted!

Asesor de Imagen



Tu imagen
es la llave para el éxito

Queremos ser un punto de apoyo para que usted en lo personal o público y su organización generen la mejor imagen posible para todos sus públicos.

Asesoría en Imagen física personal (vestuario, piel, maquillaje y peinados)
Asesoría en Imagen pública personal (Redes sociales y presentaciones)
Organización de bodas
Personal Shopper
Análisis de cambio de look
Transformación total
Desarrollo de marca personal
Organización de eventos
Maquillaje a domicilio
Maquillaje de novias
Talleres empresariales

Suasesordeimagen.com

Mujeres

¿Cómo conciliar la vida familiar y laboral de manera inteligente y productiva?

El nuevo statu quo de la mujer ejecutiva, independiente, autónoma y acelerada por sobrevivir en la jungla actual denominada “ciudad-global” o “mundo globalizado” es conciliar la cocina con la oficina, con los hijos, y/o la pareja y/o con los clientes, el trabajo o los negocios, la hiperactividad con el descanso y la relajación a fin de no sucumbir a un stress post traumático.



4

Las mujeres independientes o free lance con hijos e hijas, primero vivían en una casa con oficina. Hoy su hogar se ha transformado en una oficina con una extensión de cocina y dormitorios, entiéndase uno o varios.

Cuando le contestan al teléfono a sus clientes, lo hacen con un biberón en la mano y el bebé contra el pecho sostenido por el antebrazo, hablan arrullando al bebé al mismo tiempo para que no despierte y les impida concentrarse en la conversación. Realmente no saben en cuál de las dos actividades enfocarse: alimentar al bebé o tratar de conseguir ese contrato que les permitirá pagar el arriendo, los servicios y los tarros de leche y para otras, será el pago de las cuotas del carro o del apartamento, pensiones del colegios o matrículas universitarias. En fin, todas tienen diferentes cuentas por cubrir.

Ser multitax no funciona si queremos ser felices y productivas.

Lo cierto es que ser multitax no funciona, las mujeres hemos sido obligadas por las circunstancias

a desarrollar varias tareas al tiempo, pero pagamos una fuerte contrapartida en salud física, emocional o psicológica.

Hoy tenemos el archivador en la cocina y el portátil en la mesa de comedor, que es nuestro nuevo despacho. Derramar algún líquido en el comedor hoy es peligroso, porque si antes era mala educación, falta de concentración y podrías estropear el mantel o los individuales, hoy puedes perder un contrato, un negocio de mucho o poco dinero, pero la pérdida es más notoria y angustiante con el acoso permanente de la ajetreada vida en el siglo 21.

Ante la pregunta: ¿Cómo dejar de sabotear mi armonía interior permitiendo que fluya mi vida personal, familiar, social y laboral?

No hay una respuesta que contenga la fórmula mágica o la receta exacta. Hasta ahora quien afirme tener la respuesta se está mintiendo, está haciendo una negación ostensible de su realidad.

Siempre hay y habrá alguien o algo muy importante en nuestras vidas que estamos sacrificando o que se

está sacrificando a causa de nuestro éxito profesional y social.

Manejo del tiempo y flexibilización de horarios en las empresas.

Con el fin de propender por una más sana actividad laboral y familiar, menores incapacidades, enfermedades y riesgos laborales, se requiere de un manejo inteligente y apropiado del tiempo, flexibilizando los horarios sin afectar la productividad, de esta manera tendremos también personas más sanas y armónicas al interior de las empresas y unos hogares menos conflictivos, menor violencia intrafamiliar, menor deserción laboral, al mismo tiempo que estaremos desarrollando una cultura organizacional más acorde a las necesidades del siglo 21.

¿Por qué es importante implementar buenas prácticas de equidad de género en las empresas?

Múltiples y costosas investigaciones de firmas consultoras han demostrado que la inversión y la instauración en políticas de conciliación de “trabajo-familia”, y “vida-trabajo”, han generado significativos dividendos a largo plazo para las empresas, las familias y la comunidad.

A veces, hasta costos mínimos en estas políticas de facilidades y flexibilización reflejan notorios beneficios para la empresa y sus integrantes.

“El Programa Nacional de Equidad Laboral con Enfoque Diferencial de Género (PEL) es una de las iniciativas que se articula con la Política Pública Nacional de Equidad de Género para las Mujeres-CONPES Social 161 de 2013.

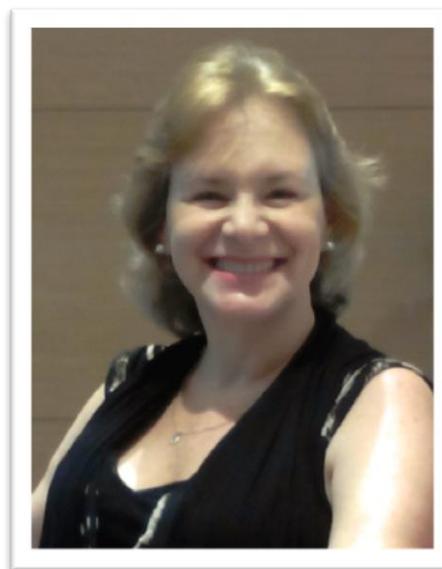
Este programa busca potenciar la igualdad y la no discriminación por razones de género en el ámbito laboral y a su vez, generar mayores oportunidades laborales para las mujeres y con ello fomentar su bienestar y desarrollo.”

Esta iniciativa involucra a instituciones públicas y organizaciones privadas a través de estas cuatro líneas de acción:

1. Propender hacia la prevención de discriminaciones e inequidades en el ámbito laboral por razones de género.
2. Fomentar la reducción de brechas de desempleo entre hombres y mujeres así como la segregación laboral de género.
3. Impulsar la reducción de la informalidad concentrada en las mujeres.
4. Generar mecanismos de monitoreo y seguimiento a indicadores de brechas de género en el mercado laboral”.

5

Si usted como empresario o empresaria tiene interés en obtener mayor información sobre cómo implementar buenas prácticas de equidad de género al interior de su empresa o institución puede consultarnos enviando un correo a la siguiente dirección electrónica: exitojuridico@gmail.com.



PATRICIA SCHILD

Abogada experta en Derecho Comercial y en temas de Desarrollo Humano.

exitojuridico.blogspot.com

exitosasyfelices.com



Selección:

¿Búsqueda de candidatos para ocupar un cargo o hallazgo de talentos que aporten al logro de la estrategia?

¿Cuál ha sido el principal objetivo de un proceso de selección en las organizaciones? Generalmente, encontrar el candidato idóneo para ocupar un cargo que posee unas responsabilidades y unas condiciones claramente definidas, para las cuales el individuo debe cumplir una serie de características que le permitan demostrar sus habilidades, destrezas, conocimientos, aptitudes, actitudes y valores, garantizando el buen desempeño del rol.

El sistema laboral cada día absorbe más, tanto a las organizaciones como a los aspirantes, en lo que comúnmente se maneja: cumplir con la idoneidad del cargo; no obstante, es poco común encontrar que antes de buscar oportunidades laborales, exista en los candidatos un enfoque real de búsqueda de sus verdaderos *talentos naturales*, de ese encuentro consigo mismo, con lo que le apasiona, con el fluir naturalmente y por ende, el ser feliz con lo que se hace; así mismo, la organización más allá de ciertas características del SER evaluadas en la selección, no se da a la tarea de identificar la *esencia* del individuo para garantizar que sus responsabilidades van a estar alineadas con la misma.

Aunque suena un poco filosófico, es totalmente posible llegar a ese nivel de autoconocimiento personal y entendimiento del otro, a partir de los avances de la Neurociencia, los cuales permiten total detección de los talentos natos, evitando agotamiento del cerebro y experimentando felicidad en su quehacer diario, dado que se logra una completa conexión y alineación entre las preferencias y las actividades de los diferentes roles que se asumen en la vida.

Se ha comprobado que desde que nacemos... nuestros talentos naturales ya se encuentran configurados en nuestra corteza cerebral, por lo tanto, cada persona posee un cuadrante del cerebro con mayor cantidad de neurotransmisores, lo cual determina su estilo de

pensamiento natural. Es posible hoy, realizar una valoración de dicho estilo de pensamiento, que permita identificar el perfil de personalidad propio (natural) del individuo, o sea, sus habilidades natas y competencias desarrolladas a lo largo de la vida; y establecer si ha incurrido en un desvío de su patrón original.

Con relación a lo anterior, los últimos estudios de Neurociencia nos han indicado que se puede incurrir en adaptaciones, principalmente por presiones del entorno (familia, educación, sociedad, cultura), lo cual genera desequilibrio homeostático en el organismo que se traduce en estrés y otras enfermedades; de ahí, la importancia de conocer las fortalezas y las áreas que requieren ser potencializadas, lo cual sumado a una historia de vida, permite tener una mirada más precisa hacia un futuro cercano certero y acorde a los verdaderos talentos naturales.

Estudios adelantados en relación con el tema han demostrado que el 80% de las personas en el mundo, desarrollan en mayor medida competencias relacionadas con sus cuadrantes no dominantes, afectando profundamente su Auto-conocimiento; y por ende, su auto-realización, su felicidad y su salud.

Una persona que se desarrolle bajo un estilo de pensamiento que no es su natural, está forzando su cerebro a sobrecargarse y quemar 100 veces más energía por horas, día tras día.

Contrario a lo anterior, las personas son más productivas, felices y saludables cuando usan y son recompensadas por usar su preferencia cerebral natural.

Valorar e identificar el potencial de las personas es un proceso de redescubrimiento del “talento natural” (dominancia cerebral) y de las competencias desarrolladas, para colocarlas en un contexto particular, en relación con un determinado perfil, estableciendo con qué se cuenta (talento), qué capacidades se han desarrollado a lo largo de la vida y

fundamentalmente con qué se podría contar a futuro. Al referirnos al potencial, hacemos alusión al nivel más alto en el que alguien podría trabajar, relacionado con una “reserva de talento” susceptible de desarrollo y que puede ser detectada en el presente.

En conclusión, el mundo está cambiando a un ritmo vertiginoso, pero a su vez, nos está entregando cada día, nuevas herramientas y nuevas posibilidades para incursionar en formas diferentes de realizar las cosas.

La selección de talentos para las organizaciones se transforma y pasa de modelos convencionales a la aplicación de nuevos conceptos y herramientas de última generación que aportan significativamente al proceso mismo y a quienes participan en éste.



Diana Patricia Álzate Cárcamo

Ingeniera Industrial

Especialista en Gerencia del Desarrollo Humano.

Experta en calidad, optimización y mejoramiento de procesos.

Licenciataria BENZIGER

Líder de Proyectos

Diana.alzate@gentecompetente.com

Gentecompetente.com

Verse atractivo a un bajo precio es la excusa más frecuente para poner en riesgo la salud visual

10 errores más frecuentes a la hora de cambiar de gafas o lentes de contacto

Con la llegada de nuevos proyectos, un nuevo empleo, inicio de estudios, cientos de personas piensan en renovar su aspecto personal. Según los expertos un gran número de hombres y mujeres deciden cambiar de gafas o incluso deshacerse de ellas porque consideran que les restan belleza de manera que empiezan a utilizar otro estilo de gafas o lentes de contacto, sin los exámenes de rigor y el correcto acompañamiento, lo que se traduce en un riesgo para su salud.



propósito, la Universidad de La Salle, reconocida en diversos contextos como la institución que posicionó el ejercicio profesional de la Optometría en Latinoamérica y que ha realizado valiosos aportes a la salud visual y ocular como aspecto fundamental de la salud pública, alerta sobre los 10 errores más frecuentes a la hora de cambiar de gafas o lentes de contacto, sin acompañamiento de un profesional.

“Es increíble la cantidad de personas que llegan a los consultorios diciendo que pensaban que los lentes de contacto no representaban ningún riesgo o que cambiar de gafas sin acompañamiento de un experto no representaba ningún riesgo. Docenas de personas adquieren estos elementos sin la asesoría previa de un profesional que evalúe su caso. Incluso se reportan casos de infecciones y enfermedades de personas que usan las gafas o los lentes de contacto como parte de un tratamiento médico, pero luego de un tiempo se confían, descuidan su higiene, las revisiones de control o la verificación de fórmula cada año”, explica Elkin Sánchez Montenegro, Decano de la Facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad de La Salle.

10 errores más frecuentes a la hora de cambiar de gafas o lentes de contacto

1. Usar mal las soluciones de mantenimiento para los lentes de contacto (limpiador, desinfectante y lubricante)
2. Limpiar las gafas con cualquier trozo de tela que esté cerca (bufanda, blusa, corbata o vestido).
3. Invertir los lentes de contacto, es decir colocarse mal los lentes en cada ojo, el lente del ojo derecho en el ojo izquierdo y viceversa, la fórmula puede ser diferente para cada ojo.

4. La automedicación que lleva a la compra de gafas en la calle. Con esto no sólo se pierde del examen visual, que le permita ver bien, sino que impide que le diagnostiquen algún problema.

5. Ante las molestias limitarse a la consulta de artículos de internet y no consultar al especialista (optómetra) cuando se tiene dificultades.

6. Las gafas sin fórmula generalmente son estándar para los dos ojos, cuando en realidad casi ninguna persona tiene la misma prescripción en ambos

7. Usar los lentes en mal estado (rayados, desportillados, viejos).

8. Olvidar los controles con el especialista.

9. Comprar los lentes sin prescripción médica o por internet. Aunque sean solamente por cambiar el color del ojo, debe consultar al especialista.

10. Colocarse los lentes de otra persona, porque usa el mismo color o la misma fórmula.

El uso de gafas y lentes de contacto sin prescripción médica es muy peligroso porque puede acentuar la enfermedad o patología visual; incluso provocar lesiones que en algunas oportunidades son irreversibles. En Colombia la única regulación al respecto está contenida en el Decreto 1030, que prohíbe la oferta de lentes de contacto en sitios no aptos, es decir, en lugares diferentes a ópticas y consultorios.

Constanza Triana
Diana Rojas
Vera Ikona Consultores SAS

11 aspectos para identificar un falso coach al contratar un proceso de coaching personal o corporativo

Lograr un manejo efectivo del tiempo, entablar con facilidad conversaciones difíciles, aprender a negociar, dejar de posponer, trabajar realmente en equipo y hasta mejorar la creatividad son algunas de las razones más frecuentes por las que las personas y empresas de diferentes sectores están contratando coaches.



Una de las razones más fuertes que soportan el crecimiento de este método en el mundo empresarial es la calidad de los resultados.

Estudios recientes señalan que la efectividad del coaching oscila entre el 70% y 88%, esto es más que el doble de lo generado con la capacitación tradicional, cuyo porcentaje de efectividad está entre el 20% y 30%", explica Carlos Pardo, Presidente del INILID, escuela de coaching y liderazgo con mayor antigüedad en Colombia.

Lo anterior explica porque el coaching está en auge en Colombia y en el mundo.

Personas y empresas de diferentes sectores están contratando coaches para liberar su máximo potencial y mejorar sus resultados y rendimiento.

Como toda tendencia en crecimiento, comienzan a aparecer las especulaciones y las distorsiones.

Expertos como Pardo, señalan que es importante ser muy cuidadoso al seleccionar un coach para

no tomar la decisión equivocada.

Por supuesto la pregunta es cómo identificar un falso coach.

Consultamos importantes estudios resaltados por la Federación Internacional de Coaches (ICF), la Asociación Colombiana de Coaching (ASOCOACHING) y escuelas prestigiosas en el medio como el Instituto Internacional de Liderazgo (INILID) y la International Coaching Leadership (ICL), para llegar a estos 10 aspectos que ayudan a identificar un falso coach de uno verdadero.

Mala preparación: Existen muchos oportunistas que sin estar formados y debidamente Certificados Profesionalmente se denominan Coach, por eso es importante validar que la escuela en la que se ha Certificado sea reconocida, que su tiempo de formación sea superior a 200 horas, que cuente con una buena experiencia de trabajo y referencias que acrediten su idoneidad.

Falta de ética profesional: Hay quienes se salen de los lineamientos del coaching y terminan en otro tipo de actividad profesional, llámese capacitación, consultoría, terapia u otras, por eso es necesario establecer acuerdos éticos bajo estándares internacionales.

Desenfoco en cuanto los objetivos del proceso: En coaching se habla de conversaciones de valor, pero lo más importante es el cumplimiento de los objetivos propuestos. No permita que su proceso o el de sus equipos de trabajo terminen en otras áreas. Hay que guiarse siempre por los acuerdos y metas establecidas, esto le garantizará resultados específicos y muy concretos.



No conexión: Poder conectar con el cliente es fundamental para un buen resultado. Puede hacerse desde la mente o desde el corazón. Hay quienes su altivez, su ego y prepotencia no se los permite. Ser coach es ser un servidor de la humanidad, un canal para que personas y equipos encuentren la respuesta que les hace falta y están buscando afanadamente. Un mal coach se conecta desde su ego, su conocimiento o estatus de su formación, mas no desde la humildad y el amor para poder servir y acompañar hacia los mejores resultados, creando ambientes seguros, de respeto, de seguridad, de confianza y transparencia.

Ausencia Emocional: Aunque esta físicamente presente está ausente, esa falta de presencia emocional, puede causar que el cliente o coachee (nombre que recibe quien recibe el proceso) se cierre a la comunicación, que no se sienta cómodo y por consecuencia se dificulten los resultados.

Tener empatía: Es la habilidad de sentir lo que siente el cliente. Tampoco se trata de quedar atrapado y engancharse con las emociones del cliente, ya que por lo general son demasiado fuertes y pueden sacar al coach de contexto y alejarlo del objetivo acordado. Es necesario un equilibrio y ante todo la responsabilidad de dejar al cliente en una emoción superior a la que llega en cada sesión.

No escuchar activamente: Hay quienes oyen, pero no escuchan. Escuchar es entender, validar y comprender todo el contexto. En coaching es necesario incluso aprender a escuchar lo inaudible, escuchar el cuerpo, los movimiento y hasta los silencio. Todo aquello que la persona no se atreve a decir o expresar son palabras sale al exterior de otras formas y es allí donde la habilidad del coach debe salir al rescate.

Dar consejos o direccionar: Aunque aparentemente un coach pueda mostrar sabiduría y conocimiento al dar un consejo o recomendación, en realidad lo que está manifestando es su incompetencia en esta profesión y su falta de confianza en el cliente para comprender que es él quien debe encontrar su

propia respuesta y asumir toda su responsabilidad. Una frase coach dice: “Por favor no me digas la respuesta, tan solo ayúdame a encontrarla dentro de mí, porque allí es donde está la mejor respuesta y mi solución.

No saber preguntar: Es hoy y siempre una de las principales competencias de un coach. Pero no la única. Un coach es un canal de consciencia y autoreflexion no un entrevistador, la diferencia radica en algo que en coaching se llama ‘preguntas poderosas’ porque ayudan a crear consciencia, mueven la mente y el corazón de una persona o un equipo de trabajo para entrar en niveles de cambio y mejoramiento.

Quedarse en la mera conversación y nada más: Un coach debe ir siempre más allá de la conversación, la reflexión, el aprendizaje y la generación de consciencia, es siempre necesario ir más allá, no existe coaching si no hay movimiento y cambio, es necesario generar acciones precisas que lleven a una mejor efectividad y a los resultados esperados.

Ausencia de plan concreto: indiscutiblemente el proceso requiere planificar los cambios, tomar decisiones, establecer metas claras, cuantificables y retadoras en tiempos definidos, identificar los recursos reales y validar la evolución.

Elegir un coach bueno o malo genera un impacto y una huella fuerte en las personas y en las organizaciones, así que revise la formación y referencias de la persona elegida. Es una profesión presente en más de 100 países y con más de 60.00 mil coaches certificados en todo el mundo.

Acerca de INILID

<http://www.inilid.com/>

<https://www.facebook.com/institutodeliderazgo.inilid/>

Es una institución con más de 15 de trayectoria especializada en liderazgo y coaching que cuenta con el record de más de 6.000 personas impactadas en sus eventos y más 500 egresados de su certificación en coaching.

La promesa de valor de **INILID** está fundamentada en lograr impactantes resultados de transformación en las personas y empresas. Algunos de sus clientes son Deloitte & Touche, Seguros Bolívar, IBM, Panasonic Colombia, International Flavor & Fragrances IFF, ISA Internexa - Grupo ASD Services, Fuerza Aérea Colombiana, Sanitas, entre otros.

El instituto es reconocido como creador de innovadores y rigurosos programas de formación para llevar a las personas y a las organizaciones a liberar su potencial.

En su trayectoria ha:

- Organizador del Primer Congreso de Coaching y Liderazgo 2005
- Creador de la Feria Expocoaching a la que asistió Sir Jhon Whitmore, catalogado como el gurú del coaching en el mundo.
- Reunió en Colombia a los representantes de las escuelas más representativas del coaching a nivel mundial; entre ellas, el presidente mundial de la ICF Damián Goldvarg y José Miguel Gil presidente de ADESCO en España.
- Gestor de las visitas a Colombia de:
- Benoit Mahé de Francia especializado en Coaching Comercial
- Jaci Mollins de España, médico y coaching en la salud
- Lupita Volio de Suiza, especializada en trabajar coaching en niños con TDH (Trastorno de Déficit de atención por Hiperactividad)
- Timhoty Gallwey autor del libro El juego Interior del Tenis y catalogado como el padre del Coaching
- Juan Carlos Cubeiros de España autor del libro por qué necesitas un coach.



Perfil del presidente, Carlos Pardo

<https://www.facebook.com/carlos.pardo.5492?fref=ts>

- Administrador de empresas y Master Coach Certificado por Future Achievement International especializado en desarrollo del talento humano.
- Conferencista a nivel nacional e internacional con más de 20 años de experiencia en liderazgo y coaching.
- Fundador y presidente del Instituto Internacional de Liderazgo (INILID)
- Gestor y Director de la International Coaching Leadership (ICL) desde donde imparte la Certificación de Coaching y Liderazgo en alianza con Future Achievement International y otras entidades internacionales.
- Facilitador de procesos de Liderazgo Empresarial.

Constanza Triana
Diana Rojas
Vera Ikona Consultores SAS



www.impregon.com

En servicio al cliente

Cómo mapear las experiencias del cliente

Durante años trabajamos y escuchamos acerca del famoso ciclo de servicio, concepto desarrollado por Karl Albretch en su obra “La revolución del servicio”. Se trataba de un esquema donde se graficaban los momentos de verdad experimentados por el cliente al ponerse en contacto con la compañía.

Sin duda, la herramienta era altamente versátil porque podía adaptarse a cualquier tipo de compañía. Era el resultado de un ejercicio que exigía a los responsables del servicio la identificación de los momentos de verdad críticos y no críticos vividos por el cliente mediante una esfera gráfica en la cual quedaban consignadas las etapas de su tránsito al momento de acceder a los servicios de la compañía.

Por ejemplo, si se trataba de graficar el viaje que un cliente vivía al acceder a los servicios de un supermercado, en la esfera podíamos consignar las diferentes etapas que podía experimentar durante toda la relación comercial presencial: parqueo de su automóvil, atención del personal de seguridad, atención del personal de impulso, atención del operario en caja registradora, señalización, iluminación, estado de las góndolas, presencia de rótulos de precios, estado de los productos, estado de las islas promocionales y de los módulos de productos, aseo e higiene, baños, sistemas de pago, empaquetado de productos, etc. Incluso, podíamos señalar las etapas previas a la compra: acceso a información sobre la tienda en guía telefónica, atención de personal de call center, lectura de publicaciones promocionales o anuncios en medios. De igual forma, se incluían las experiencias de postventa: cumplimiento de garantías, pago a crédito o gestión de casos en PQRS. Todo lo anterior se efectuaba en forma cronológica como en una secuencia de hechos que relataban el camino del cliente en su contacto con el proveedor.

Sin embargo, y gracias a la complejidad de los canales implementados por nuestras compañías latinoamericanas, el ejercicio de mapear las experiencias ya no es una labor sencilla. Hoy hablamos del **journey map** o mapa de viaje del cliente, que sirve para documentar y visualizar las experiencias y respuestas que tienen los clientes en la medida que acceden a un servicio.

Si se tratara de retomar la esfera del Albretch, deberíamos incluir el ambiente virtual que ha permeado las relaciones comerciales en la etapa previa a la venta, el servicio presencial y la postventa. Hablamos del soporte e interface que ofrece el web site institucional, las tiendas virtuales, los blogs corporativos, las redes sociales, los portales web y demás plataformas disponibles en la red. Todas ellas se han incorporado a la gestión de servicio e incluso ya es posible generarles indicadores para facilitar el proceso de seguimiento y control.

Utilidad del **journey map**

Graficar mediante cualquier sistema el pasillo del cliente resulta muy útil para las compañías porque pueden implementar monitoreos permanentes sobre la calidad en la prestación en cualquiera de sus etapas. La certificación de calidad, por ejemplo, es una gran ayuda porque se identifican, entre otros, los procesos y procedimientos que tocan con servicio. Mediante el mapa se identifican visualmente sus etapas y se adoptan acciones de mejora cuando se detectan anomalías o inconsistencias.

Mapear ayuda a los analistas de servicio a generar informes estadísticos sobre los errores del sistema. De esta forma la toma de decisiones en la materia será más asertiva porque responden a puntos clave del servicio, es decir, procesos y procedimientos sin los cuales el sistema no tendría operatividad.

Los mapas del viaje permiten igualmente acceder y analizar los factores de interacción que conforman la experiencia con base en las necesidades de los usuarios. Precisamente en la mayoría de propuestas del mercado hay elementos comunes y transversales a cualquier tipo de compañía: detección de necesidades, *touchpoint* o puntos de contacto y procesos relacionados. Finalmente, el *journey map* plantea la adopción de acciones de mejoramiento del sistema de servicio, aspecto que en esencia constituye la aportación más importante para la compañía porque exige el perfeccionamiento constante de los procesos.

Graficando la experiencia

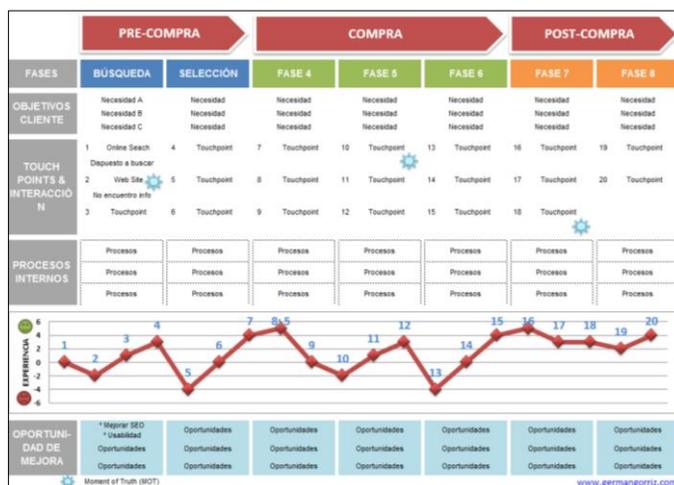
Valor Percibido, empresa de consultoría colombiana de notable trayectoria en el tema, ha desarrollado un esquema que puede servir de pauta para que los empresarios apliquen el ejercicio en sus compañías.



Para ellos el valor del *journey map* consiste determinar las características de la experiencia vivida directamente por el cliente, que puede ser muy diferente a la propuesta de servicio implementada por la compañía.

Básicamente disponen de dos ejes esenciales: emociones y tiempo invertido por el cliente durante la experiencia. Plantean paralelamente la identificación de unos puntos de contacto y el registro de las emociones derivadas en cada uno de ellos. El proceso lógico consistirá en incorporar un cuadrante para que los usuarios evalúen los *touchpoint* a fin de implementar las acciones de mejoramiento que sean del caso cuando se generan informes sobre la gestión del servicio.

Otros autores, como el consultor Germán Gorri, incorpora otros elementos de análisis a la propuesta inicial que complementan el análisis para la toma de decisiones posteriores.



Por ejemplo, plantea la revisión de las actividades predecesoras a la compra, es decir, aspectos como la exploración, el acercamiento, el intercambio de información y la solicitud de cotizaciones. Incluso, podríamos incluir un comparativo entre el posicionamiento de la empresa en cuestión versus los competidores.

En este punto las acciones previas de posicionamiento cumplieron el objetivo de anidarse en la mente del usuario e influir en él para tomar la decisión de comenzar la relación comercial en la etapa de la compra y la negociación. Finalmente, la matriz es tan versátil que es capaz de anidar el proceso de la postventa. En todos los casos se identifican elementos estratégicos para la compañía porque disminuyen los riesgos de disminución de gaps. Por ejemplo, la matriz detecta las necesidades

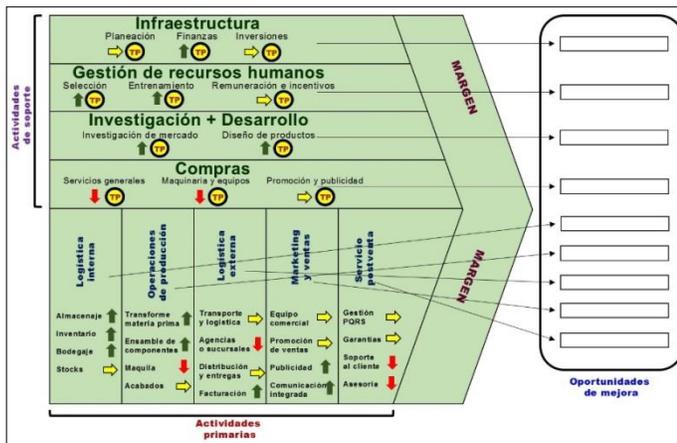
de los clientes en todas las etapas y los *touchpoint* que tocan con la solución de las mismas. Además, presenta una franja donde se incluyen los procesos y procedimientos relacionados con el área de servicio. Esto es determinante porque los analistas cursarán los hallazgos a cada dueño de proceso luego de condensar las calificaciones que los usuarios consignan dependiendo de las etapas del ciclo evaluado en la franja de evaluación de experiencia.

La matriz finaliza con la detección de oportunidades de mejoramiento relacionando cada etapa con las necesidades, los *touchpoint*, los procesos y las evaluaciones.

Journey map vs cadena de valor

Hicimos la tarea de conectar las experiencias de los clientes con la cadena de valor de las compañías.

El ejercicio es más sencillo porque se trata de identificar cuales actividades primarias y secundarias se relacionan con las experiencias vividas por los clientes o cuales procesos le pegan a la solución de las necesidades de los mismos.



Con la asignación de franjas podríamos calificar el desempeño de la compañía en materia de servicio.

En verde podríamos consignar aquellos procesos destacados por su eficiencia y aporte al sistema de servicio.

En amarillo se incluyen los procesos que presentan un comportamiento estable según las evaluaciones de los usuarios y finalmente con franjas rojas detectamos cuales procesos presentan las peores calificaciones.

En todos los casos siempre habrá recomendaciones que lleven a la adopción de acciones de mejoramiento en los informes de gestión del servicio.

Debemos considerar que cada *touchpoint* es esencial en la relación comercial y es decisivo en la construcción del posicionamiento de la marca.

Es ahí donde el rol del mapa cobra importancia porque la vida del negocio depende de la integridad en sus operaciones. El mapa contribuye a detectar líneas de satisfacción o insatisfacción por parte de los clientes y aplicar acciones correctivas que permitan su fidelidad hacia las marcas.

Sergio A. Hernández Chalarca

Consultor empresarial con sede en Bogotá
Especialista en marketing estratégico
Docente Fundación Universitaria del Área Andina
y Unipanamericana Fundación Universitaria
Twitter: @SHConsultoria
Email: escueladelservicio@gmail.com



La tiranía del miedo

El mundo cotidiano es un lugar terrorífico. Quizá, en muchas ocasiones, los lugares que nos parecen hermosos es porque en ellos no hay personas, pues simplemente, como ya se ha dicho antes, no existe un depredador mayor para el ser humano que el mismo ser humano. Es cuestión de ver las noticias para darse cuenta de que el capitalismo es salvaje, de que los dioses son meras ideologías y de que los sistemas sociales sólo reproducen diferentes tipos de depredación humana.



ace un par de años fui víctima de un hecho que definitivamente me dejó secuelas. Incluso, aunque yo no lo creía así, viví episodios de estrés postraumático que afectaron mi comportamiento, y sin que yo mismo lo viera, me volví rudo y agresivo.

Ahora que soy más consciente, me doy cuenta de que el sentimiento de rabia e impotencia que la voracidad del mundo produce sobre las personas, son el resultado de no conocer y de no aceptar nuestros miedos.

Por cierto, si esta redacción le parece un poco incoherente y confusa y un montón de cosas sin sentido, es por mi propia catarsis al escribir, pues es más fácil eliminar los miedos cuando se los verbaliza.

Reflexionando sobre el tema, es difícil no captar el hecho de que ha sido el miedo uno de los principales artífices de la evolución de la humanidad. Por miedo nos juntamos, por miedo nos aguantamos los unos a los otros y también por miedo nos agredemos. Por miedo a la muerte, al hambre y a la intemperie, empezamos a buscar refugio junto a otros y a construir nuestro espíritu tribal, y por esas mismas razones utilizamos la violencia para depredar a los demás. Por supuesto, estoy hablando de los orígenes del hombre, aunque si lo sintió así, tiene razón, hoy en día, es la misma cosa.

¿De dónde viene o se produce ese miedo? Ya sabemos que fisiológicamente en nuestro cerebro

reptil, está el instinto de supervivencia y de reproducción. Esto es lo biológico. Empero, ese instinto de supervivencia se activa por factores externos que tienen impacto en nuestro yo interno. Existen pocas cosas que se puedan generalizar en este mundo, entre ellas ésta: todas las personas nacen y viven con un conjunto de carencias que le dan cuerpo al miedo. Estas son:

- Carencia de fuerza
- Carencia de seguridad
- Carencia de recursos
- Carencia de conocimiento
- Carencia de afecto
- Carencia de pertenencia
- Carencia de fe

La complejidad de estas carencias es que definitivamente no logramos determinar cómo se delimitan, dónde empieza la una y termina la otra y por ende, son enredadas de conceptualizar e ininteligibles de explicar. Pero están allí, nuestro cerebro sabe de ellas, aunque nuestro consciente y nuestro ego, no las quieran aceptar.

La problemática es que nada de lo que hagamos elimina esas carencias completamente. No obstante, el ser consciente de nuestras propias carencias, contribuye a que estemos menos expuestos a la manipulación del mundo, aunque nunca estemos realmente protegidos.

Carencia de fuerza

Quizá si Mahatma Gandhi no hubiese muerto de un balazo, yo sería más partidario de la no violencia. Todavía así, es inútil negar que la violencia sea

inherente al hombre, desde dos perspectivas: la del activo y la del pasivo.

Las razones por las cuales el activo utiliza la violencia, son múltiples, aunque generalmente son originadas por las otras carencias. Algunos utilizan la violencia para demostrar su fuerza al buscar seguridad, obtener recursos, saber cosas, obtener afecto y pertenencia y la más visible es imponer su fe. Sin embargo, hemos aprendido un pequeño detalle, la verdadera fuerza no necesita de “alardes” ni de generar miedo en otros, pues simplemente es capaz de suplir en algo las carencias.

En ese sentido, no existe en realidad ninguna diferencia entre un jefe que grita y maltrata a sus empleados y un grupo terrorista. Ambos agreden al otro para provocarle miedo y obtener obediencia, pues en realidad no tienen una verdadera fuerza y eso a ellos mismos les produce miedo.

Quiero reiterar esto con una frase que digo mucho en mis talleres de liderazgo: “un jefe que grita y maltrata es porque está lleno de miedo y carente de una real fuerza pues el verdadero poder es susurrante”.

En nuestra vida cotidiana sucede lo mismo. Utilizamos comportamientos agresivos para obtener lo que nuestra capacidad personal no puede.

El pasivo simplemente no actúa, se sume en su miedo y permanentemente se convierte en la presa, en el objeto de la violencia, tanto que se acostumbra a ella y la asume como la normalidad: permite que las cosas le sucedan sin realizar ningún atisbo de defensa, detenidos por el miedo.

No estoy diciendo con esto que la persona sea siempre culpable de permitir lo que le sucede. En la mayoría de las ocasiones el nivel de violencia al cual el sujeto es sometido es muy alto, tanto que se compromete la vida y cuando no quedan más opciones, las únicas alternativas son someterse, escapar o fallecer. Es lo que sucede con los millones de personas que la violencia desplaza en el mundo,

con todas las implicaciones que esto tiene en las economías de los territorios receptores.

Todavía así, la diferencia está en el rango de opciones. Una cosa es cuando no existe más alternativa que huir o morir y otra muy diferente es cuando conscientemente decidimos no tomar acción frente a la violencia, desentendemos las opciones y nos amparamos en cualquier cantidad de justificaciones y excusas. Es en estos momentos en que nuestra carencia de fuerza, sobre todo mental, se hace evidente y el miedo nos paraliza. Sucede, pero allí sí, nuestra falta de decisión tiene incidencia en el hecho y aplica la idea de que “nos sucede lo que permitimos que suceda”.

La fuerza es física y mental y también puede ser colectiva en los rangos más comunes: Política, Económica, Social, Tecnológica y Ecológica; esto es, cuando grupos humanos se deciden y enfrentan las situaciones difíciles y complejas, regularmente provenientes de las presiones económicas generadas por el capitalismo salvaje. Es por eso que me gusta tanto el concepto cooperativista cuando este significa: “la fuerza de todos”. Este pensamiento es capaz de transformar al mundo. Estoy matriculado con la idea de que exceptuando los escenarios de violencia política y religiosa, las únicas debilidades que de verdad existen son la incapacidad de tomar decisiones, juntarnos y de confiar en otros para superar las cruentas condiciones de baja calidad de vida. Sin embargo, esto requiere valor. La cobardía es más fácil.

Siendo que la violencia es la respuesta de la debilidad mental y sucede gracias a la debilidad mental, generalmente es más fácil ser violento para suplir en algo nuestras carencias.

Violencia que viene en todas las formas y empaques. Desde la violencia intrafamiliar con lo físico, psicológico y económico, la violencia territorial y delincencial, hasta la violencia de Estado, la oculta y sangrienta y la legislativa, normativa y de impuestos pues desde que una persona nace ya le debe al Estado y está sometida a él; y la ya muy extendida violencia financiera. Frente

a esta última sucede que como el mundo es manejado por los financieros, no se habla de ella, pero el “interés compuesto” y la “tasa de usura” son literalmente un ejercicio de la violencia. Es una evidencia más de depredación socialmente aceptada.

Si esta afirmación sobre el Estado y el sistema financiero le parece nebulosa, piense que cosas que en antaño eran normales y cotidianas, de pronto se convirtieron en delitos, por ejemplo, la minería informal.

El discurso social cotidiano es de una amenaza y una imposición permanentes, por ejemplo: “si te cruzas un semáforo en rojo te multo”. “muéstrame como te vistes y te diré quién eres” y “Dime cuánto tienes y te diré cuánto vales”. Le invito a que lea a Cathy O’Neill en su libro “Weapons of Math Destruction” (2016) en español: “Matemáticas, armas de destrucción masiva”, en el cual explica cómo el sistema financiero mundial nos convierte en algoritmos que determinan cuánto de exitosos seremos en la vida. No es gratuito que el presidente de Francia sea un banquero, formado como financiero y economista. Esa es una verdadera y poderosa violencia financiera frente a la cual estamos inermes. En realidad ¿Cómo no tener miedo?

Carencia de seguridad

Creo que este aspecto me hace sentir absolutamente culpable. Como sujeto de mercadeo que soy, soy víctima de mis propias acciones. Hemos creado un mundo en el cual el hacer sentir inseguras a las personas es un gran negocio. Gracias a eso vendemos cualquier clase de productos y servicios, desde seguros de vida hasta aromas para atraer el sexo opuesto. Y hemos creado paradigmas de lo “correcto” que en realidad son carentes de ética y lo que logran es circunscribir comportamientos a modelos de mundo, solamente, para permitirnos, por unos segundos, “sentirnos seguros”.

La fuerza y la seguridad tienen una relación simbiótica. Es difícil sentirnos seguros cuando nos

sentimos débiles frente al mundo y lo que en él sucede y, evidentemente, somos débiles. No iremos solos a un callejón oscuro.

Desde que nacemos nuestro inconsciente empieza a buscar diversos factores que nos brindan seguridad, desde el ambiente, la alimentación, hasta los brazos de la mamá. Pero nunca parece ser suficiente. Mantenemos un paquete de miedos ficticios, generalmente de orden social, que no nos permiten desarrollar el potencial que tenemos como personas. El miedo al ¿qué dirán? nos frena, determina lo que hacemos y cómo nos vemos. La sociedad, mediante las estructuras de consumo, nos construye un conjunto de estereotipos y nos los hace vivir, so pena de estar sometidos a la crítica y a la exclusión. Por eso me gusta una adaptación que hice de una frase de una canción de Francis Cabrel: La sociedad “Me dibuja un paisaje y me lo hace vivir, en un bosque de lápiz se apodera de mí, la quiero a morir”.

¿Son muchas cosas a la vez? No estoy seguro. En realidad, es una misma. El instinto de supervivencia logra que vivamos en una alerta permanente, tanto que nos cansamos y ansiamos contar con ese conjunto de variables que nos brindan seguridad. Abraham Maslow nos dio la respuesta cuando habló de su “pirámide de motivación” y lo que hizo fue parametrizar un conjunto de búsquedas simultáneas en las cuales involuntariamente vivimos inmiscuidos y que nunca son satisfechas completamente.

Desde la fisiología hasta la autorrealización y su consecuente interacción social nuestra mente requiere, permanentemente, el suplir y el validar, en una acción circular en la cual la validación de otros se convierte en el todo. En esto, los humanistas tienen razón: “sabemos que existimos porque el otro existe... y nos reconoce”.

Con la problemática de que esta validación no siempre es la que esperamos y le sumamos el hecho de que también permanentemente estamos expuestos a la depredación por parte de ese otro.

Padecemos las consecuencias del sistema. Hemos logrado que las personas obtengan una sensación de seguridad proveniente de fuentes ficticias. Por ejemplo: el hecho de maquillarse contribuye a incrementar la autoestima de una mujer. Si estrenas carro tu seguridad personal sube; si utilizas productos de marca, te sentirás como si no tocaras el suelo.

En lugar de haber fundamentado la seguridad personal en bases fuertes como algunos principios básicos, tales como el respeto por la vida, el compromiso por la verdad y la generosidad entre los seres humanos. Claro, son palabras de un iluso, pues en la práctica nada de esto existe, porque no está reconocido por los “otros” que creemos que nos interesan.

Hace algunos días asistí a una charla dictada por una funcionaria de la ONU, quien nos hablaba de los fenómenos de “trata de personas”, la depravación y la sevicia que unos delincuentes ejercen sobre sus víctimas. Entre las cosas que debieron parecer increíbles pero que hoy día no lo son tanto, es que muchas de las personas que sufren el delito, se exponen y se ofrecen ellos mismos pues inicialmente les brindan dinero y “regalos”.

¿Qué cosa hay en la mente de los delincuentes y qué cosa hay en la mente de quienes llegan a esto por conseguir un “regalo”? No estoy diciendo que las víctimas sean culpables de lo que les sucede, sino que un grupo de estas víctimas llegan a esto porque no cuentan con los criterios que brindan los principios.

Cuando la seguridad personal de un sujeto está basada en el desodorante que usa, algo está mal. Cuando la sensación de seguridad está basada en la marca de ropa o marca de carro, o en la marca de la universidad de la que se graduó, o está basada en la cantidad de compañeros sexuales o la cantidad de fiestas a las cuales asiste, es un sinónimo de que la sociedad como tal tiene problemas culturales de fondo y todo esto es fruto del afán de personas como yo, los estrategas comerciales, por poner productos y servicios en el mercado.

Nos aprovechamos del miedo para consolidar la inseguridad de las personas y cerramos el círculo cuando construimos sensaciones ficticias de seguridad, entregándoles símbolos de productos y servicios. Los símbolos representan la seguridad personal.

Para ser un hombre exitoso debes usar el “desodorante”, y podrás tener el éxito y las mujeres que deseas. Este es el mensaje de una marca inglesa. El cambio de imagen de la “fea”, es el tema central de una gran cantidad de programas de televisión. Esto, sólo por mencionar algunos casos. Y qué decir del impacto que las tecnologías de comunicación ejercen sobre la seguridad personal o mejor, sobre la ausencia de ella.

El vivir conectado nos hace sentir el amparo de la tecnología y fundamentamos mucha de nuestra toma de decisiones sobre la información “validada” que recibimos mediante esta tecnología. Seleccionamos la pareja, compramos e incluso nos modificamos con las redes sociales y el internet. Incluso existe la posibilidad de ser “otro” en la red, desde construir un perfil que nos agrada, hasta vivir en mundos totalmente ficticios, pues literalmente nos da miedo mostrarnos como somos. Por eso, aún tengo mis dudas sobre los procesos de selección virtuales.

Esto obviamente no es nuevo, frente al mismo espejo, hace cien años un hombre se miraba y veía a Julio Verne, hace cincuenta años, se miraba y veía a Frank Sinatra, luego a James Dean, luego a Brad Pitt.

Hoy un niño se mira al espejo y ve a Cristiano Ronaldo o a Justin Bieber. El poder de los medios, el poder de los símbolos y el poder de los estereotipos ha existido desde siempre. Incluso podría decirse que son parte fundamental en su forma de “arquetipos” o inconscientes colectivos que le dan una especie de “sentido” a la construcción social.

Más grave cuando este estereotipo empezó a ser el mafioso o el líder de la banda. Todavía así, con todo y eso, es la ausencia de criterios fundamentales de

seguridad personal, la que construye el miedo cotidiano de no ser suficientes, de no tener lo suficiente, de no saber lo suficiente, de no divertirnos lo suficiente, de no importar lo suficiente, a los ojos de los demás. Si no tenemos principios y no tenemos seguridad personal, en realidad ¿Cómo no tener miedo?

Carencia de recursos

El dinero es una ilusión... literalmente. Es al Kublai Khan a quien se le adjudica el haber fortalecido el uso del papel moneda como medio de intercambio, que supuestamente estaba soportado por una cantidad de oro en el banco central.

Este modelo existió por mucho tiempo, pero no más. Hoy en día el dinero es sólo papel o un dato virtual, al cual mediante un ejercicio de la fe, se le adjudica un valor de intercambio sobre el que está sustentada la existencia de la sociedad.

Hubo una época en la que una persona era capaz de proveer lo necesario para la supervivencia de su familia, sólo con sus propias manos. Sin embargo, en la actualidad, sin dinero, las comunidades se mueren literalmente de hambre, en la extrema pobreza. Este es un autoengaño que el sistema nos hace.

Cuando se analiza el índice de pobreza provisto por la ONU, la mayoría de sus variables están sujetas al acceso a recursos económicos, y se habla de poblaciones humanas que viven con menos de un dólar al día. Tenemos el caso de poblaciones indígenas, en Latinoamérica y en África, que no conocen el dinero y sus vidas no circulan alrededor de él... y por eso, son pobres, no necesitan lavadoras, ni carros, ni siquiera saben que es una marca y, pobrecitos, qué pesar, no saben qué es una Coca-cola.

Aunque el concepto de recursos está realmente distribuido en las variables conocidas: político, económico, social, tecnológico y ambiental, pareciera concentrarse sólo en lo económico. Es el dinero y no el hombre el que está en el centro del sistema y definitivamente esto tiene a nuestro

planeta y a nuestra sociedad en las condiciones en las que está.

Esta semana estaban hablando de las grandes posibilidades de la minería submarina y cómo ya grandes multinacionales estaban pagando los sobornos de turno para obtener los permisos de explotación, esto acabará con los océanos que ya tenemos contaminados. ¿Cómo se entiende que los territorios más ricos en recursos naturales del planeta, son también donde las comunidades tienen las peores condiciones? En mi caso particular, me pregunto, ¿a dónde se fue la riqueza de la Guajira si sus gentes se están muriendo de hambre?

Y con todo y esto, no es el dinero el malo, son sólo algunas personas que hacen un mal uso de él. El hecho de que existan empresarios delincuentes que no les importa acabar con recursos naturales y explotar a la gente hasta el límite, y el hecho de que existan delincuentes empresarios, que hacen del narcotráfico, la trata de personas y la venta de armas, fuentes inagotables de dinero, no significa que el dinero, intrínsecamente, sea el mal del mundo. Es un sistema de intercambio como lo puede ser cualquier otro y como vivimos inmersos en este modelo, el dinero nos es absolutamente necesario y regularmente carecemos de él pues estamos predispuestos a utilizarlo, ya sea por las razones de supervivencia o, simplemente, dejándonos absorber por las delicias del consumo.

Nos encontramos sumidos en un círculo vicioso en el cual nos debemos levantar todos los días a producir para ganar dinero para poderlo gastar, sentirnos bien un momento y luego padecer por lo que debemos pagar, y es muy difícil salir de este esquema.

De verdad, quisiera que los nutrientes necesarios para la vida se sintetizaran en una pastilla, que sólo se necesite una pastilla al día y que el Estado le entregue a cada sujeto su dotación anual, más un extra para intercambio e imprevistos; y que el consumo de otros tipos de comida sea opcional, sujeto a los recursos que cada sujeto tenga. Si no tuviésemos que trabajar por la comida, muchas

variables sociales cambiarían radicalmente. Obviamente, es sólo una ilusión.

Parte de la reflexión que me llevó a estas ideas fue el percatarme del hecho de que las dos cosas más reales de nuestra sociedad, son las más banales y ficticias, esto es: el show es necesario, no es opcional y el dinero y el show son simbióticos. Durante muchos años he vivido convencido de que es la educación la que hace evolucionar a la humanidad y en todos mis años de vida profesional, me he dedicado a contribuir con conocimiento y con procesos educativos. No obstante, mi negocio a veces no funciona y me veo corto de recursos y, de frente, me estrello con una realidad, por ejemplo, las Kardashian no le aportan nada de valor al mundo, pero su modelo recoge millones de dólares. No es culpa de ellas, pues lo que hacen es entender el mundo en el que viven y que el show vende. No estoy ensalzando su mundo superficial ni denigrando del mundo intelectual del que soy parte. Estoy dándome cuenta de que ni esta superficialidad ni esta profundidad existen. Lo que existe son diferentes aspectos de la condición humana que no tienen por qué ser irreconciliables y que ambas, irremediablemente, están relacionadas con nuestra capacidad de producir dinero y hacer el show.

Esta relación está provocando cambios interesantes en el mundo. En un momento en el que vivimos un eclecticismo del tiempo, el pasado, el presente y el futuro se mezclan en un solo instante de tendencias de consumo, de teorías, de razones y de visiones, existe un verdadero caos de modelos para pensar y el hombre como tal no está preparado para eso y por eso está regresando a sus raíces. Cada vez, de una manera profunda, mezcla la globalidad con una regresión a lo tribal y busca hacerlo de una manera divertida, como un show. Dese cuenta de que la gente se ve cada vez más tatuada tal y como era en las primeras etapas de la vida de la sociedad. Y dentro de este esquema, continuamos en nuestra lucha incesante para subsistir en el sistema y ganar dinero. Es por eso que la muerte de un cantante genera tanto impacto social y el asesinato de un

gestor de derechos humanos apenas produce una línea en los diarios, si es que lo hace.

La realidad es que nos da miedo no tener dinero. Nos da miedo no tener cómo suministrarnos las variables reales y ficticias para nuestro bienestar. Cuando hablo de ficticias me refiero al comercio.

Nos da miedo no poder pagar nuestras cuentas y todos los impuestos que debemos pagar sólo para tener derecho a existir y a vivir en un territorio. Sin dinero, en realidad ¿Cómo no tener miedo?

Carencia de conocimiento

La ignorancia es la primera forma de esclavitud. Hace poco, con un grupo de estudiantes, analizábamos las principales razones de la pobreza, las razones del por qué la regularidad es que los emprendimientos quiebren y las razones del por qué la situación pareciera no tener solución, sobre todo para comunidades con menos recursos. Uno de ellos dio una respuesta muy interesante y esta fue: “nos hicieron creer que las matemáticas son el demonio”.

Al principio no lo entendí. ¿Cómo así que: “nos hicieron creer”? y ¿Cómo así que: “las matemáticas son el demonio”? Recordé mis años de estudiante y cómo es cierto que la gran mayoría, en la escuela, el colegio y la universidad, manifestaban odiar las matemáticas. La realidad fue que el modelo pedagógico “escogido” para Latinoamérica produjo ese resultado, con las visibles consecuencias para nuestra sociedad. Sobre todo nos hizo falta la matemática práctica, la de la vida financiera diaria. Es más fácil explotar a un empleado cuando éste no sabe nada de cómo ni porqué se le paga de la forma en que se le paga.

Tanto el conocimiento como la ignorancia vienen de todas las formas y colores. Los carros eléctricos existen desde que se inventó el carro como tal, pero a las multinacionales de vehículos y a los petroleros no les convenían.

Las pilas o baterías de muy larga duración existen desde los años cincuenta del siglo pasado y todos

los electrodomésticos podrían durar muchos años, sólo que los producen bajo el criterio de la obsolescencia programada y todo esto para que tengamos que repetir la compra. Y la lista es larga, larga y muy larga...

Y todo esto sucede en nuestras narices y no nos damos cuenta, pues el que no sabe es como el que no ve, y eso que algunos tuvimos la suerte de ir a la universidad.

Por ejemplo en Colombia, la fórmula matemática que hace que nuestra gasolina sea de las más caras del mundo incluye una variable denominada “costo de oportunidad” y a no ser que se esté en el mundo financiero, la gente en la calle no tiene ni idea de lo que significa ese concepto, pues si lo supieran se darían cuenta de que es absolutamente injusto que siendo un país productor tengamos que pagarla a un precio mayor del que la pagan países que no son productores.

Se supone que el dinero que un Estado obtiene por impuestos está destinado al funcionamiento y a la gestión de proyectos. Pero no existe una trazabilidad real de estos dineros y el exceso de información que se produce para mostrar que se está trabajando, lo único que logra es confundir. Ante todo porque los gobiernos están tan sobre legislados que no existe un ciudadano que conozca las leyes de su país.

Es como tratar de leer una etiqueta de un producto, no sólo es confusa sino incompleta, la verdadera información relevante permanece oculta. Con esto, también quiero decir que el exceso de información ininteligible es otra manera de mantener a la gente en la ignorancia.

Debemos escuchar al Secretario General de las Naciones Unidas cuando dice que la desinformación es excesiva en el mundo y que debemos luchar por la verdad.

En estos días me plantearon una interrogante a la cual no le tuve respuesta: Si una persona se va a morir de una enfermedad incurable pero silenciosa,

¿qué es mejor?: ¿Qué lo sepa y se preocupe por lo poco que le queda de vida? o ¿Qué no lo sepa y viva tranquilo lo que le queda por vivir?

La verdad es que el mundo tiene cosas feas que la gente decide no saber.

La explotación de oro destruye nuestros ríos por la contaminación de mercurio. Cada diamante que existe en un anillo, en promedio, ha provocado por lo menos una muerte. Cada producto alimenticio elaborado que existe, contiene algún elemento nocivo para la salud. Nadie sabe a ciencia cierta el nombre de Dios. Los extraterrestres viven entre nosotros. En todo el mundo, las elecciones en realidad se compran y el proceso democrático es un sofisma de distracción. Una sola persona, vía acciones de bolsa, es dueña del 87 por ciento de los grandes medios de información del mundo. En realidad, si pudiésemos escoger, quizá escogeríamos no saber. Pero no podemos escoger y todo el tiempo nos manipulan la información. Aunque podríamos saberlo si pusiéramos atención, pero entonces terminaríamos siendo los locos de las conspiraciones.

Bueno, después de estas chifladuras, lo serio. Es la ignorancia la que permite, a pesar de todos los problemas reales, manipular a un país. En países como Nicaragua, donde el dictador es el dueño de los medios, o en Bolivia, Ecuador, Venezuela, y ahora Estados Unidos en los cuales se ejerce violencia de Estado en contra de los medios, es difícil que sobreviva la verdad. Como ya dijo Nerón, al pueblo pan y circo. Cada vez que va a suceder una cosa inconveniente, nos distraen la mirada. Como el presidente Maduro que cada vez que iba a tomar una medida en contra del pueblo, gritaba que habían encontrado un plan de atentado en contra de él y de la revolución bolivariana, y anuncia a voz en cuello que él es un demócrata y por eso va a realizar una constituyente, sólo para perpetuarse en el poder como dictador. Y todavía hay gente que le sigue. Y ya tienen plan B con Diosdado Cabello para Presidente.

Todavía así, me doy cuenta de que la información es una herramienta de exclusión social. No enseñan lo mismo en las mismas carreras, en las universidades de diferentes clases sociales. Por ejemplo, en el programa de mercadeo, en una enseñan las teorías gerenciales y la teoría de los juegos, y en otra enseñan a vender en la calle. Tuve la fortuna de estudiar en universidades de diferentes estratos y de ser docente en las mismas.

Ahora, tampoco todo lo podemos saber. Hace doscientos años, se creaba conocimiento cada año, hace cien años era cada mes, hace cincuenta años era cada día, hace veinte años era cada hora y hoy en día es por minutos. Así que sobre cualquier área del conocimiento que se escoja, en realidad somos unos completos ignorantes y eso a los profesionales nos da miedo.

Todavía así, existen conocimientos de la vida diaria que harían más fáciles la vida de las personas y que definitivamente las transformarían. Esto es especialmente evidente en los barrios populares, en los cuales es el conocimiento el que le roba gente a la delincuencia. Leí por ahí que cuando un niño aprende a tocar un instrumento musical, nunca empuñará un arma. Estoy consciente de que existen diferencias profundas entre lo que es conocimiento y lo que es información. En este caso, solo para aclarar, lo reduzco a lo que se sabe, podemos saber o nos impiden saber.

En síntesis. Es mucha la información que nos ocultan, a otra mucha no tenemos acceso y a la que sí podemos llegar es tanta que nos tomaría varias vidas saberla y eso es con lo que sabemos que no sabemos; lo que no sabemos que no sabemos es un mundo inconmensurable. En realidad, con el poder que da la información, esa que no tenemos, y de la manera tan permanente y abundante en que nos engañan ¿Cómo no tener miedo?

Carencia de afecto

Realmente ¿qué es lo que amas? Me dices que amas a tu esposa y que amas a tu hija, pero te pasas los días ausente. Buscarles una mejor calidad de vida o construirles un futuro, son excusas muy

importantes que justifican tu ausencia... según tú. O sería mejor decir que responder a las presiones de la sociedad es más importante que el estar con tu familia...

Bueno, estos son algunos apartes de mí diálogo interno y que finalmente me llevó a ratificar una obviedad: el mundo se mueve en torno al amor o a la ausencia de él.

¿En realidad qué es lo que amas? Lo cierto es que todos nos consideramos humanos y nos consideramos buenos seres humanos, pero el amor por la humanidad brilla por su ausencia. Algunos aman el dinero, otros la adrenalina y otros la diversión. Aunque me dio risa, no puedo desconocer la paradoja, cuando vi en las noticias que una mujer se casó con su camión y otra con la torre Eiffel. El concepto de amor se debe haber disparatado mucho cuando una corporación miente sobre la leche para los bebés o un senador propone subir la edad mínima para que una mujer se pueda pensionar.

Algo debe estar mal cuando encontramos personas que aman a sus mascotas pero abandonan a sus ancianos y de hecho, socialmente, tienen más derechos los animales que los ancianos.

Nada reemplaza el amor de una madre a no ser que sea una juerga en la discoteca o los amigos, Y nada dice más “mamá te amo que regalarle una licuadora el “día de las madres”.

Y finalmente, después de todo esto, después de tergiversar el amor, todo lo que hacemos en nuestras vidas es en búsqueda del amor. Está bien, concedamos, no hablemos literalmente de amor, hablemos de afecto. Es más fácil que un hombre le diga a su mejor amigo que le tiene afecto, a que le diga que lo ama, no con un amor romántico sino filial. Sí, refirámonos mejor al afecto.

Quizá sea por mi propio caso, que pasé mi infancia y mi adolescencia en la calle, jugando con amigos mientras mis padres trabajaban o hacían sus tareas. Siendo un poco grosero, mi mamá amaba más

organizar su casa o estar con sus amigas que compartir conmigo.

Pero esos son los modelos de mundo. En esa época los modelos de papá y de mamá tenían esquemas muy definidos. El hombre para ser hombre, debía ser el prototipo Marlboro y tener una mujer y una familia en cada puerto. La mujer era la reina del castillo el cual debía mantener impecable después de casarse con su “príncipe azul”.

Esquemas que no mejoraron con el tiempo, pues los niños empezaron a ser los hijos de la niñera o de los vecinos o de los abuelos y los padres, eran y son hoy, los padres “cartero” o padres “centro comercial”, quienes aparecen de vez en cuando, ya casi extintos y su concepto de amor por un hijo es “comprarlo” con regarlos.

Nos vendieron el cuento del “tiempo de calidad”, pero para eso se requieren personas de calidad. De ahí que la regla general está establecida, de alguna manera todos somos carentes de afecto.

No obstante, como todos nuestros miedos suman, no es fácil para las personas dar o recibir afecto.

Estamos mediados por los estereotipos, los niños “bien” o las princesitas Disney, buscando la mayor diversión, la belleza efímera y siempre temerosos por la depredación. Nos dedicamos a buscar la pareja perfecta y lo hacemos con criterios de apariencia y no estamos dispuestos a pagar las consecuencias. Recuerdo que me daba duro que una chica que me gustaba prefiriera al hombre alto, estilizado y moreno y yo soy bajo de estatura, gordo y blanco y ahora, además, estoy muy mayor, nunca sería el hombre de los sueños de ninguna mujer, desde la perspectiva hedonista.

Eso no me detuvo para tener varias parejas hasta que me casé y me casé muy bien casado, y ya llevamos dieciocho años juntos. ¿Cuál fue el truco? Fijarme en lo realmente importante. Mi criterio para relacionarme, era y es, fijarme en lo que realmente son las personas. Mi requisito para relacionarme con cualquiera era que pudiese conversar con esa

persona como mínimo una hora, dejarla hablar y ver si hablaba de temas interesantes y entender lo que había en su alma. Saber si era una persona de contenido o si era una persona “llena de aire”. Aunque yo, como todos, estaba siempre en busca de afecto. Un par de años atrás volví a ver esa chica, ya divorciada y sigue siendo la misma “llena de aire”. Lo que disiento es que este tipo de personas son las que abundan, sin que esté criticando a nadie, pues cada uno está en su derecho.

Lo cierto es que seamos quienes seamos, entendamos como lo entendamos, todos merecemos ser amados y ser felices, pero sencillamente nos da miedo “física y literalmente”.

Esta búsqueda permanente de afecto sin criterios ni principios definidos, hace que cometamos errores que después resentimos en nuestras vidas. Es en parte un componente del madresolterismo o del embarazo adolescente. Sin duda el calor que una persona, la que sea, nos dispensa cuando nos escucha, nos habla con calidez, se preocupa por nosotros, aunque sea momentáneamente, nos hace sentir queridos y de eso nos enamoramos, de “el ser relevante para ese otro”, sin fijarnos realmente en esa persona y eso incrementa las posibilidades de salir lastimados. El afecto nos afecta y eso nos da miedo.

Carencia de pertenencia

Hace algunos años escribí sobre un tema al cual denominé el “transnacional individualismo” y me refería al hecho de que sabemos más fácil lo que sucede en otras partes del mundo que aquello que sucede en nuestra propia comunidad. Ni siquiera conocemos a nuestros vecinos. Es muy complejo pertenecer a una parte que en realidad se desconoce.

El ser parte nos da fuerza de grupo, seguridad y afecto, variables que ayudan a contrarrestar al miedo. No obstante, las fuerzas sociales y sobre todo, las comerciales, hacen lo posible por aislarnos, pues solos somos más susceptibles de ser manipulados. Aunque también el ser parte es peligroso.

Cuando hablamos de solos, nos referimos específicamente al aspecto mental, pues en el aspecto físico, la sociedad nos masifica y es esa contradicción la que construye el miedo en nuestras mentes.

Por ejemplo, quisiéramos que el patriotismo fuese una variable muy fuerte. El amor y el sentido de pertenencia por el país y la región, no sólo nos da un origen, un lugar al que podemos llamar “mi tierra”, nos hace sentir que somos de allí, y sin embargo, las condiciones de sobrevivencia son tan difíciles que también nos hacen sentir que no le importamos a nadie. Para el gobierno somos sólo un número. Cada vez las condiciones sociales son más difíciles, la corrupción es más evidente; las noticias hablan de la reducción del desempleo pero todos a quienes conocemos están desempleados. Continuamente el entorno nos ataca, nos sentimos atrapados y asustados y que no podemos hacer nada al respecto, sólo el sentirnos indefensos; desde esta perspectiva es realmente difícil sentirnos parte. No es gratuito que optemos por huir, ya sea a otros territorios, como los desplazados rurales que huyen a las ciudades o quienes se van del país buscando oportunidades de al menos una aceptable calidad de vida, sobre todo si se tiene familia.

La matemática no miente, es más rentable lavar baños en Estados Unidos que ser profesional en Latinoamérica.

Todavía así, una de las formas de combatir el miedo que nos genera el entorno, está en la participación voluntaria y comunitaria. Cuando hacemos algo por otros, eso nos da pertenencia. Aunque la relación es difícil, pues permanentemente nos encontramos con microtráfico, enfrentamientos de bandas, fronteras invisibles que si se cruzan generan la muerte, extorsiones, secuestros express, desplazamiento intraurbano forzado, prostitución, pornografía y todo lo que se le ocurra, y con todo y eso, también encontramos desde grupos musicales y artísticos, grupos de la tercera edad, talleres de niños, hasta el grupo juvenil cristiano.

En cada puerta puede haber un artista o un asesino. Encontramos gente que trabaja por otra gente y eso, definitivamente ayuda a reducir el miedo. Cuando hacemos parte de diversos grupos, nuestras vidas se despliegan y encuentra su potencial.

Caso un poco diferente cuando pertenecemos a una empresa. Regularmente los medios de comunicación y las estructuras sociales crean modelos de consumo que en un principio es simple y cuando somos niños e incluso adolescentes, nuestros padres hacen lo mejor posible para proveérnoslo. Diferente, cuando salimos al mundo laboral.

En ese instante el modelo de consumo acorde a nuestra edad ha desbordado nuestra capacidad de satisfacerlo y empezamos a vivir solamente para pagar las cuentas y cuando logramos encontrar un empleo, si es que lo hacemos, lo hacemos con un alto nivel, inconsciente, de frustración y de miedo, aunque difícilmente alguien aceptará esto.

Me admira mucho la fortaleza de los lazos familiares en la región en la cual vivo, incluso envidia me da, pues mi familia, sobre todo por el lado de mi madre, es muy desintegrada y son hasta peligrosos.

No es mi caso particular, esto es más común de lo que se pudiera imaginar. El desarraigo familiar o el tener familiares que no son modelos de conducta, hace que nuestro sentido de pertenencia no sea tan fuerte como debiera o incluso inexistente, lo que incrementa esa sensación de indefensión que produce en nosotros comportamientos evasión y acciones que en ocasiones podríamos lamentar, pues nos lleva a unirnos a cualquier grupo disponible que pueda ser el sustituto de una familia y nos hace sentir una falsa ilusión de protección.

En todas estas situaciones sucede una de las cosas que a mí me parecen de lo más terrible. Tanto por las condiciones del país, de nuestra comunidad, de nuestro grupo o de nuestra familia, siempre está latente el riesgo de no poder ser los autores de nuestro propio destino. Las condiciones sociales obligan y terminamos llevando vidas que nunca

quisimos y sometidos a normas y riesgos impensables.

Cómo sucede en las estructuras de trata de personas, dejamos de ser dueños de nosotros mismos y renunciamos a nuestras vidas en diferentes tipos de esclavitud, ya sea sentados en una máquina de confecciones, con un pico y una pala, o sometidos a un burdel, entregando en todos los casos nuestros cuerpos y nuestras mentes, sólo cambia la forma, unas más veniales que otras.

Nosotros mismos no nos pertenecemos, le pertenecemos a diferentes actores, ya sea al sector financiero cuando tenemos una tarjeta de crédito o nos metemos en un crédito para tener dónde vivir, ya sea a las religiones, ya sea a las empresas, ya sea al consumo, y la de siempre, somos esclavos de los impuestos, le pertenecemos a todos menos a nosotros mismos, a menos que decidamos aprender a jugar con el sistema.

Cuando por una parte nos es difícil pertenecer y por otra parte, cuando pertenecemos nos esclavizan, nos pone en una dicotomía difícil de manejar y que produce un alto nivel de presión y estrés. Frente a este panorama, ¿Cómo no tener miedo?

Carencia de fe

En esa búsqueda de pertenecer, estamos expuestos a las ideologías. Todas las ideologías. No crea ni por un momento que el tema de la fe es exclusivo de las religiones. Desde el partido político, los deportes, las condiciones sociales, hasta todos los aspectos de la economía, exigen de nosotros un alto nivel de fe. Una de las dicotomías más crueles que padecemos se llama “el dogma de la fe”.

A través de la fe se generan las mayores manipulaciones del mundo, pues le exige a la persona creer en lo que otro u otros han dicho, sin evidencias y sin derecho a la réplica; y todavía así, la fe es necesaria para la evolución del ser humano. De entrada, nace en mí un cuestionamiento polémico: “todas las ideologías manipulan”.

Esto no es algo nuevo, desde Göbekli Tepe, que es la construcción más antigua descubierta en el mundo hasta ahora, unos 11 mil años, o no me he enterado de otra, se veían tótems de adoración a la naturaleza y a los dioses. Hace 25 mil años vivíamos en cuevas.

Esto sucede porque la gran pregunta no tiene aún respuesta: ¿Cómo es que existimos? Y como necesariamente, debido a todas las anteriores carencias y miedos, los seres humanos necesitamos sentirnos protegidos, fuertes, suplir nuestras necesidades, saber del mundo y de la vida después de la muerte y pertenecer, desde el principio, se han generado respuestas artificiales a las cuales llamamos ideologías. Cada ideología del mundo utiliza nuestras carencias para que caminemos en su línea de pensamiento.

Lo que me parece más curioso es que las ideologías políticas y religiosas son las más evidentes y por eso, por ellas nos matamos, pero son las ideologías comerciales las más sutiles y peligrosas, la gente ni siquiera se entera de que existen. Dese cuenta que si algo tienen en común al Qaeda, ISIS, Boko Haram, al Shabaab y el Talibán y el Papa Francisco, es que todos usan celular, consumen productos y servicios y hablan al mundo mediante las tecnologías de comunicación.

Una ideología es un conjunto de paradigmas que determina el comportamiento de un grupo humano y que busca lograr un objetivo específico. Este objetivo puede ser algo tan trascendente como etéreo tal como lograr la “Salvación y la Vida Eterna”. Algo tan irracional como el “erradicar” a los no creyentes. O algo tan superfluo como el convertirse en personas populares en su entorno con el consumo de determinada marca. Y todos se basan en lograr que sus adeptos tengan fe. En ese sentido no se distingue entre un templo de oración y un almacén de un centro comercial. Dese cuenta de por qué en el mercadeo hablamos regularmente de aprender a crear marcas de culto, tal como Apple lo es.

Para esto, utilizamos estructuras de enseñanza aprendizaje, otros las llaman de “adoctrinamiento”, otros las llaman de “aculturación” y podemos hacerlo desde los equipos deportivos, los artistas y cantantes, las empresas y las marcas. Sólo es cuestión de aprender cómo y los de mercadeo de profundidad y de la conducta lo sabemos.

Reitero que la fe implica creer en lo que otros nos dicen, sin evidencia y sin derecho a réplica, aunque existe otra posibilidad a la cual llamamos “esperanza” y que definitivamente es mi favorita, pues implica en la creencia irrefutable de que algunas cosas van a suceder, creencia que nace desde mi propia mente y corazón y que no necesito que nadie me lo diga. No deseo discrepar con ninguna religión, pero en mi propia verdad, nadie sabe realmente la respuesta a la pregunta: ¿Cómo es que existimos? La ciencia tampoco lo sabe y esa misma razón hace que todo sea válido. Nadie sabe realmente el nombre de Dios y por lo mismo, cada quien puede creer en el que le plazca, pues de no hacerlo, estaremos expuestos al miedo.

No es una situación agradable. Estamos obligados a creer en algo o someternos al miedo y la problemática radica en que es tanto el ruido, la degradación, las evidencias de corrupción, que ya nos es difícil creer y obviamente, quien no cree en nada, se entrega al miedo. Es interesante observar cómo los modelos de vida inoperantes que la mayoría de las personas tienen provienen de las ideologías que siguen, y qué decir de los sentimientos de culpa y de miedo que se arraigan cuando la gente se desvía, aunque sea un poco, de la línea dogmática.

Como puede ver, el miedo está en nuestras vidas, regularmente de maneras no tan evidentes. Lo que me llama la atención al concepto de valor. Tener valor no es la ausencia del miedo, es hacer las cosas a pesar del miedo. El miedo también puede ser nuestro amigo pues nos ayuda a ser precavidos y es totalmente nuestro enemigo cuando nos entregamos a él. Es hora de cambiar y ser los dueños de nuestras propias vidas, de comprender el miedo y dominarlo. 

