

# *Ideas imprescindibles*

EN ESTE NÚMERO:

## **CREER PARA CREAR**

- 3ª REVOLUCIÓN INDUSTRIAL: GENÉTICA
- UNA CONCIENCIA TRANQUILA
- PERCEPCIÓN Y REALIDAD
- EL REGALO DE JON

...Y MUCHO MÁS



# SUMARIO



## Ideas imprescindibles

Spreading ideas to change minds



**04** EXPECTATIVAS  
Ignacio Pi, Mediapost Group

**06** CREER PARA CREAR  
Jesús Frontelo, Anidan

**10** PERCEPCIÓN Y REALIDAD  
Carlos Laguna, Galanta

**14** EMPRESAS CON IMPACTO SOCIAL POSITIVO  
EN BUSCA DE LA SOSTENIBILIDAD  
Olmo Rodríguez, Materiagris

**16** UNA CONCIENCIA TRANQUILA  
Juanjo Valle-Inclán, Mediapost Group

**20** NO MÁS RECURSOS HUMANOS...  
¡BIENVENIDO POTENCIAL HUMANO!  
Jessica Carrera-Cuevas

**26** EL REGALO DE JON  
Rosa Almarza

**30** TERCERA REVOLUCIÓN INDUSTRIAL: GENÉTICA  
Marcos Rojo, Mediapost Group

**34** CYD CHARISSE:  
LA ÚLTIMA MUSA DE LA ETAPA DORADA MUSICAL  
Daniel Portero, Mediapost Group

**38** RECURSOS HUMANOS EN LAS EMPRESAS DEL FUTURO  
Iñaki Gil

**46** LEY GENERAL DE LOS DERECHOS DE  
LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD  
Juan Lozano, Vivva

**50** PUBLICIDAD COMPROMETIDA:  
MENSAJES QUE CAMBIAN EL MUNDO  
Jesús Vázquez, Materiagris

**IGNACIO PI CORRALES • MEDIAPOST • RESPONSABLE GLOBAL**  
 Empresario, socio y Responsable Global de Mediapost Spain. Su trayectoria profesional ha transcurrido en el mundo de la logística y del marketing. Considera que las empresas deben ser motor de cambio de las sociedades en las que operan haciéndolas más equilibradas y menos desiguales.

## EXPECTATIVAS

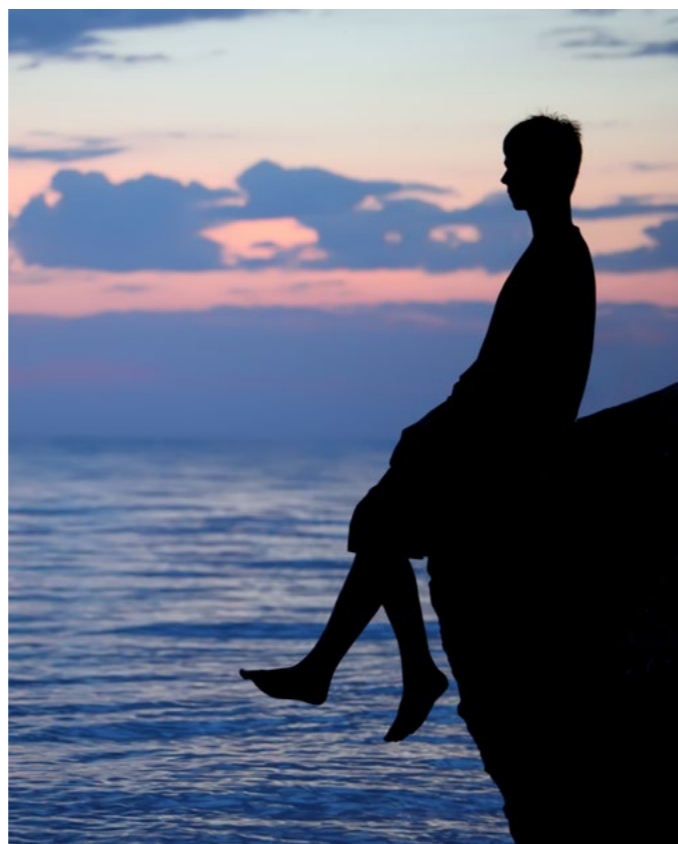
**E**s sabio repasar y analizar periódicamente lo que queremos y deseamos. La razón es que nuestras expectativas nos pueden causar muchas desilusiones.

Las antiguas enseñanzas budistas dicen que los deseos y las expectativas no satisfechas creen infidelidad en los seres humanos. Cuanta más expectativas tengamos, es probable que experimentemos más infidelidad. Y cuanto más altas sean nuestras expectativas sobre algo en concreto, menos agradecidos nos sentiremos cuando eso suceda.

La adquisición real de algo que habíamos estado esperando con ansiedad, acostumbra a ser deprimente.

Entre las realidades de la vida y nuestras expectativas hay una gran diferencia.

Esperar que la vida nos dé todo lo que queremos es exponernos a la infelicidad y al abatimiento.



Dadas las restricciones bastante duras de la realidad, tenemos que tratar con lo que es posible y probable de acuerdo con el tiempo y la energía que tenemos a nuestra disposición.

La realidad tiene la costumbre de serenarnos cuando nuestras expectativas son excesivas y, a menudo, el resultado es la desilusión y la depresión. Sentirnos tristes y desposeídos por lo que no tenemos es desperdiciar todas las cosas buenas que sí tenemos.

Esperar (de una manera no realista) ser la persona que a todos nos gustaría es desperdiciar la persona que todos somos y podemos ser.

La realización está siempre ahí si es que la queremos. No es tan importante incrementar nuestras adquisiciones como reducir la magnitud de lo que queremos.

Bendito sea el que no espera nada, porque nunca se sentirá desilusionado, decía el creador de la obra Los Viajes de Gulliver.

Menos puede ser más. Recomiendo que pensemos más en la filosofía Zen que señala que cuanto menos necesitemos en comodidades materiales y físicas, más libres nos volveremos.

Eliminar nuestro deseo de algo es, en muchas ocasiones, algo tan bueno como poseerlo y, al menos, da menos problemas. ■

**La adquisición real de algo que habíamos estado esperando con ansiedad, acostumbra a ser deprimente.**



JESÚS FRONTELO DE ANDRÉS • UNICEF  
Miembro del Comité Ejecutivo de Unicef en Madrid y Tesorero

## CREER PARA CREAR



Hay muchas personas en el mundo que causan admiración. Personas inteligentes que destacan en muchos aspectos del saber. Incluso en los negocios. La cuestión es hacia dónde dirigen sus esfuerzos. Lo más común es orientarlos hacia uno mismo para satisfacer los impulsos egoístas que todos tenemos. Pero aunque menos común, afortunadamente también es posible encontrar personas que dirigen sus esfuerzos de manera directa a la felicidad de los demás.

Rafael Selas Colorado, madrileño de 45 años de edad hace ahora 15, decidió dar un cambio radical a su vida dejando atrás su exitosa carrera profesional en el mundo audiovisual en Miami para, con sus pequeños ahorros crear en Lamu (Kenia), una casa de acogida para niños, la mayoría huérfanos o abandonados, en unos casos con problemas de desnutrición y enfermedades graves y crónicas en otros heridos por el maltrato y abuso.

En estos 15 años ya han pasado por ANIDAN más de 400 niños a los que se les ha curado se les da comida, ropa, hogar, protección, atención y formación desde el primer día hasta que terminan sus estudios y se independizan.

Lamu en Kenia ha sido y sigue siendo una zona deprimida por la guerra de la vecina Somalia, la sequía y la pobreza. Muchos niños viven en chozas plantadas en la arena donde comer cada día desafortunadamente es azaroso.

En la actualidad la ONG creada por Rafael, da atención integral e individualizada a 300 niños. Y en estos 15 años ya han pasado por ANIDAN más de 400 niños a los que se les ha curado se les da comida, ropa, hogar, protección, atención y formación desde el primer día hasta que terminan sus estudios y se independizan.



Cuando un niño enferma la pobreza lo agrava: vivir aislados, no tener médicos cerca, la ignorancia sobre la enfermedad, la falta de higiene, los cuidados básicos, la malnutrición o la desnutrición, la falta de agua potable, todo lo que, por grande que sea el amor de una madre o un padre o un abuelo no pueda sustituir. Gracias a la Fundación Pablo Horstmann desde el año 2008 se puso en marcha en ANIDAN un hospital pediátrico donde se tratan al año más de 10.000 casos, la mayoría de desnutrición severa.

Se puede decir que ANIDAN es hoy un refugio contra la enfermedad, el hambre y la explotación. "Un hogar para ser felices". Creemos que la educación es lo que va a abrir el camino a nuestros niños para dibujar sus futuros: el efecto beneficioso de la educación se multiplica en las mujeres. Todos los acogidos en ANIDAN están escolarizados desde la guardería a los estudios profesionales e incluso tenemos algunos casos de éxito en la Universidad.

**En la actualidad la ONG creada por Rafael, da atención integral e individualizada a 300 niños.**



La acción de Anidan beneficia a la sociedad directa e indirectamente. A través de los niños llegamos a los más necesitados; con las ayudas llegamos a madres emprendedoras y abuelos necesitados. Con los proyectos que apoyamos a través de "microcréditos" llegamos a comunidades marginadas; con el empleo que generamos llegamos a toda la comunidad.



**ANIDAN es hoy un refugio contra la enfermedad, el hambre y la explotación. "Un hogar para ser felices"**

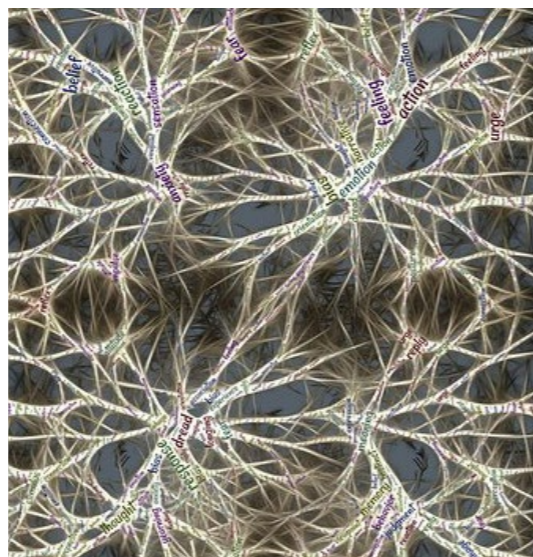
Como voluntario de UNICEF busqué tener una experiencia en el terreno en el año 2013 que me permitiera a la vuelta hacer mejor mi trabajo en las áreas de sensibilización y captación de fondos. El 24 de abril de ese año aterricé en Lamu, conocí a Rafael y estuve viviendo en ANIDAN seis meses que cambiaron mi vida para siempre. Ahora mis niños tienen nombre y no los puedo olvidar ni abandonar. Los voy a ver cada año y disfruto mucho viéndoles crecer.

Hay proyectos que invitar a imaginar que **UN MUNDO MEJOR ES POSIBLE !!!!!!!**



# PERCEPCIÓN Y REALIDAD

Nuestro cerebro, además de regular los procesos fisiológicos automáticos y de su capacidad para escribir un soneto o componer una sinfonía, es también una máquina biológica que recibe datos de diversas fuentes internas o externas y tras un análisis, en mayor o menor medida consciente, obtiene una conclusión que es almacenada en la memoria. Este proceso que llamamos cognición establece nuevas sinapsis neuronales y modifica la realidad que percibimos.



automático que nos hace retirar la mano del fuego. Valorar y procesar todos los aspectos relativos a la miríada de estímulos recibidos a diario saturaría nuestro cerebro de enorme pero finita capacidad. Dado que no puede aumentar su velocidad, el cerebro tiende a reducir la complejidad del problema a tratar. Si alguien con aspecto desaliñado llama a nuestra puerta, lo evaluaremos seguramente como un peligro.

Las experiencias almacenadas alteran la percepción de las siguientes. Si en nuestra infancia conocemos el amor y el cuidado, creceremos en un mundo muy diferente al de un niño desatendido o abandonado. De manera creciente, añadiendo experiencia tras experiencia, construimos nuestra realidad única e irrepetible. La cognición es un proceso mucho más lento y complejo que el mecanismo

Es un mecanismo que genera errores, pero que es eficaz a la hora de tomar decisiones rápidas que en algunos contextos pueden suponer la vida o la muerte.

ante un prejuicio, que implica la irracionalidad de considerar negativamente o positivamente a todos los miembros de un grupo que en realidad desconocemos. Ni los miembros de una etnia son todos delincuentes ni los misioneros son por definición buenas y abnegadas personas. La discriminación es un fenómeno relacionado con estereotipos y prejuicios.

## Atribuciones

La atribución en Psicología es una inferencia de las causas del comportamiento propio o de los demás. Si vemos cómo una persona grita a otra, en una fracción de segundo y aun sin datos suficientes, trataremos de dar alguna clase de explicación a lo sucedido. Atribuiremos causas internas o externas al comportamiento de las personas. Si hemos suspendido un examen tenderemos a considerar que estudiar y trabajar es complicado, pero si quien suspende en las mismas circunstancias es alguien que nos disgusta tenderemos a pensar que es un mal estudiante, sin valorar sus circunstancias.

Tenemos la posibilidad de reelaborar las experiencias y el conocimiento almacenado. Gracias a la neuroplasticidad del cerebro podemos enfrentar acontecimientos futuros desde una realidad y percepción diferentes.

## Esquemas y roles

Un esquema es un grupo de ideas preconcebidas acerca de personas o situaciones, construidas en base a la propia experiencia o a creencias de otros. Podemos poseer un claro esquema de la conducta esperada de una mujer en una primera cita, que puede ser muy diferente del esquema de comportamiento de esa mujer para una primera cita.

## Estereotipos y prejuicios

Parte de nuestras creencias acerca de las personas está basada en estereotipos, una información imprecisa y carente de matices acerca de un grupo de personas. No conocemos a ningún aragonés, pero seguramente conoceremos su estereotipo y es posible que lo usemos en una conversación. Al conocer a un individuo sus estereotipos tienden a difuminarse. Si existe alguna clase de emoción asociada a un estereotipo nos hallamos

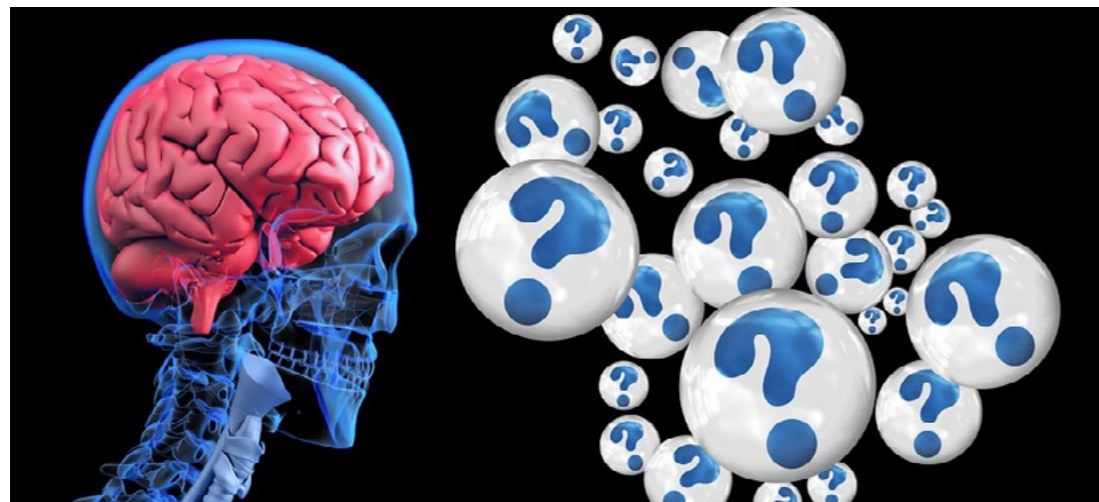
Asimismo, esperamos que alguien a quién hemos asignado el rol de persona meticulosa cumpla un esquema de comportamiento que tenemos asociado a ese rol. Existen abundantes esquemas sobre uno mismo que pueden contener cómo nos comportamos en una reunión de amigos o cómo juzgamos nuestra habilidad musical. Algunos esquemas pueden desencadenarse automáticamente frente a un estímulo, como sentir miedo y nerviosismo al hablar en público. Cuando alguna experiencia imposible de obviar o denostar contradice claramente uno de nuestros esquemas hablamos de “ruptura de esquemas”.

Si nos consideramos dotados de buena suerte, no percibiremos las pequeñas ocasiones en las que la mala suerte nos afecta. Incluso, aquella información pertinaz que consigue pasar el filtro y alcanza nuestra consciencia tiende a ser tratada de manera muy poco objetiva. Si nos consideramos personas muy tolerantes, tenderemos a rechazar la información que lo contradiga. Podemos recurrir a la expresión “es la excepción que confirma la regla”, o tratar la información como errónea y no confiable. Por el contrario, valoraremos una opinión favorable de alguien a quien consideramos escasamente.

## Sesgos cognitivos

Un sesgo cognitivo es una interpretación no lógica de la percepción. Un sesgo muy estudiado proviene de la acción de nuestro cerebro filtrando y eliminando aquella información contraria a nuestras creencias.

Asimismo, tendemos a poner a prueba nuestras creencias por métodos que históricamente nos han corroborado antes que por otros de resultado incierto. Nos complace hablar de política con un afín y no tanto con alguien que no lo es.



El sesgo de falso consenso nos hace creer que nuestra opinión y creencias son más comunes de lo que en realidad son. El sesgo de probabilidad nos lleva a valorar al alza la posibilidad de un suceso. Si un conocido gana en un sorteo de lotería se difuminará la realidad matemática que indica que esa probabilidad es en realidad muy pequeña.

Finalmente, el sesgo por el que consideramos que nuestra cognición está libre de sesgos y que analizamos la realidad y a nuestros semejantes con independencia y justicia. Existen innumerables sesgos cognitivos en los que todos nos reconoceremos con facilidad. Invito al lector a conocerlos con una simple búsqueda en la Red.

El conocimiento que atesoramos resulta infinitesimal en relación a todo cuanto desconocemos. Sobrevaloramos nuestro conocimiento por ser la tierra firme que pisamos, de la misma manera que podemos sobrevalorar la posición e importancia de nuestro planeta en el cosmos.

Nos resulta imposible comparar nuestra subjetiva realidad con algo parecido una realidad objetiva para juzgar su calidad, pero sí podemos conocer los detalles de cómo nuestro cerebro prefiere la eficacia a la verdad. Podría parecer una buena idea no dar por absolutas creencias y opiniones y tratar de encontrar algo de realidad en la opuesta percepción de otros ■

## Ilusión de control y conocimiento

Somos una especie altamente social y necesitamos a otras personas que escapen de nuestro control efectivo. Creemos poseer una mayor influencia de la real sobre el amor de nuestra pareja, la seguridad de nuestros hijos o la opinión que los demás tienen de nosotros.



Cómo de engañosa puede ser la percepción. Muy atento a los jugadores con bata blanca.

El autoconcepto, la visión que tenemos de nosotros mismos, se halla estrechamente relacionado con las creencias.



# Empresas con impacto social positivo en busca de la sostenibilidad



El puro beneficio económico está dejando de ser la única máxima para las empresas. Actualmente la sociedad se enfrenta a grandes desafíos sociales y ambientales que están calando en la conciencia de la gente. Las noticias sobre malas prácticas de empresas en cuestiones como contaminación, explotación laboral, cambio climático, productos tóxicos, etc. se hacen virales instantáneamente: la gente reacciona y los beneficios de la empresa sufren las consecuencias.



Según la “Encuesta a Millenials 2017” realizada por Deloitte, el 76% de los millenials cree que un negocio ha de tener un impacto social positivo y otro 67% considera que los líderes empresariales se han de comprometer a ayudar a mejorar la sociedad”. Todos como individuos tenemos una responsabilidad para/con nuestra sociedad y está en nuestras manos repercutir positivamente en nuestro entorno. Ese principio de solidaridad tiene un poder mucho mayor en las empresas ya que pueden actuar de forma más significativa (proporcionalmente a sus recursos).

Por otro lado, poco a poco se van asentando en nuestra conciencia valores como la sostenibilidad y conceptos como la economía circular. Hay gestos para ser optimista como los pasos que Europa está dando para liderar la lucha contra el cambio climático, un progresivo salto hacia las energías verdes y la reducción de emisiones de CO2.

Los recursos del planeta no son infinitos y está en nuestras manos cambiar un modelo económico anclado en procesos obsoletos. Las empresas no ignoran esta sensibilidad general y solo si apuestan por transformarse lograrán fidelizar a sus clientes.

Desde [Materiagris](#) creemos firmemente que debe haber algo más que el beneficio económico en la visión de una empresa. Como agentes de cambio, las empresas junto a los estados pueden producir un impacto positivo en la sociedad ■

**Los recursos del planeta no son infinitos y está en nuestras manos cambiar un modelo económico anclado en procesos obsoletos.**



JUANJO VALLE-INCLÁN • RESPONSABLE DE PERSONAS Y VALORES • MEDIAPOST GROUP  
 Mediapost Group ofrece herramientas de marketing destinadas a mejorar la relación con los clientes.  
[www.mediapostgroup.es](http://www.mediapostgroup.es) • [info@mediapostgroup.es](mailto:info@mediapostgroup.es)

# UNA CONCIENCIA TRANQUILA

*La buena conciencia sirve de almohada. John Ray. Naturalista británico (1627-1705)*

Leo con tranquilidad un pequeño libro, "Inspirador", se indica en su portada. Es un regalo, lo cual me hace saborearlo más, si cabe. Está escrito por una persona cuyas ideas han conquistado mi corazón. Pero lo importante, no es que Simon Sinek sea el autor, sino el hecho de llegar a la página 131.

Me tropiezo en esta página, con un pensamiento relacionado con algo que habíamos estado comentando dos personas unos días antes, rodeados de una buena cena y un buen vino. Con esto no quiero decir que llegáramos a la embriaguez para desvariar en este tipo de pensamientos... No, estábamos muy lúcidos, porque Julia, la otra persona, es de esos seres extraños con los que se habla de temas interesantes. Conversaciones.

Y le hablaba yo de la conciencia, de la del ser humano. Le decía que nuestra conciencia nunca está tranquila, es muy difícil. Es complicado porque no nos han educado para ello. Siempre el foco está en el yo, pero no en cómo enfocarnos hacia los demás. YO tengo que ser. YO tengo que conseguir. YO, YO, YO... En la página 131 de este pequeño libro "Juntos es Mejor", se grita: Hay toda una sección en las librerías para libros de "autoayuda", pero no hay ninguna para "ayuda a otros". Fogonazo.

Imagina dos empresas diferentes, le propuse a Julia.

La primera la vamos a llamar EGO, S.A.U. ¿Qué vivo en esta empresa?

No puedo tener la conciencia tranquila porque necesito ser el centro del mundo, ser cuidado, escuchado, valorado, promovido... Cada día, cuando vuelvo a casa, pienso en cómo me ha ido la jornada en el trabajo y la mayoría de las veces, y en el mejor de los casos, me respondo con un "bien", otras veces despotrico contra mi jefe, mi compañero o mi cliente. Mi visión está limitada a mi "yo" por lo que cualquier cosa la tomo como un ataque, una crítica, un desaire.

Digo aquello de, "yo he hecho todo lo que podía hacer, tengo la conciencia muy tranquila", pero realmente me estoy diciendo que podría haber actuado de

otra forma, haber adoptado otra actitud más comprensiva, más colaborativa. Mi conciencia no está tranquila, y seguro que por la noche, en la cama, me va a costar conciliar el sueño porque me reprocharé a mí mismo mi forma de actuar.

Mi actitud se fundamenta en mí. Impido que los demás se acerquen, es más les alejo de mí, me voy quedando solo, con mis problemas, con mis dudas. No quiero preguntar, porque se mostraría mi debilidad y eso, educado en "yo ser", en "yo conseguir", no puedo ni permitirlo ni admitirlo. Mi carácter se va agriando a medida que pasan los años. Mi salud se va viendo mermada.

La segunda, la vamos a llamar VOS, S.A. ¿Qué vives tú en esta empresa?



**Mi actitud se fundamenta en mí. Impido que los demás se acerquen, es más les alejo de mí, me voy quedando solo, con mis problemas, con mis dudas.**

Hoy has ayudado a tu compañera a ser el centro de atención, has valorado sus aportaciones; has dicho lo que pensabas, has pedido ayuda y al final de la jornada, te has dado cuenta de que has podido solucionar todas las incidencias que se han presentado. Por la noche descansas porque tienes la conciencia muy tranquila. Al día siguiente te levantas acompañada de un motivo para ir a tu empresa. Una visión clara, propósitos, ideas que vas a aportar.

No te limitas a hacer solo lo posible, sino que vas más allá, enfocándote en los demás. Empatía. Algunos días te vas a casa si haber podido solventar todos los problemas, sin haber podido terminar tus tareas, pero lo convertirás en un reto para acometer al día siguiente, nunca en un problema. Duermes muy tranquila, ganas en salud.

Tu actitud de compartir, de preguntar, resuelve tus dudas, te ayuda a solventar tus problemas. Siempre estás rodeada de gente, incluso te sorprende que algunas personas estén ahí, cerca de ti, ayudándote. Cada vez que preguntas algo que no sabes ocurren dos cosas: Que aprendes y que ganas seguridad. Vas rápido, llegas lejos. Ríes mucho. Eres feliz.

Entonces, Julia me hizo una pregunta. ¿No sería mejor mirar hacia los demás para así conseguir que mi YO se encuentre bien, consiga lo que YO me proponga, ser lo que YO quiera ser y, por supuesto, que YO sea feliz?

Decidimos fusionar ambas empresas y creamos, Cooperativa VOS & EGO, Visión Compartida. Una empresa "Inspiradora" ■

# LA AVENTURA DEL SILENCIO



Conferencia de  
**Pablo D'Ors**



**Jueves 5 de octubre**  
**19:30 h.**  
Impact Hub Madrid  
C/ Alameda, 22

*Ideas*  
*imprescindibles*  
Spreading ideas to change minds

 **MEDIAPOST Group**  
The Experts in Customer Relationship Tools

JESSICA CABRERA-CUEVAS • DOCTORA EN CREATIVIDAD.  
Creadora del Modelo de Tendencias en Creatividad CCC. Consultora y formadora en temas de creatividad, comunicación y educación. Docente-investigadora en la UAM. Apasionada por aprender y servir en ámbitos de consciencia personal, social y ecológica. 'Creo que un regalo que nos trae la incertidumbre, es que todo puede ser mejor. Creo en el potencial humano'.

# NO MÁS RECURSOS HUMANOS... ¡BIENVENIDO POTENCIAL HUMANO!

(O dime cómo tratas a las personas y te diré quién eres).

Aún es vigente que en la mayoría de instituciones públicas y privadas exista un área dedicada a los Recursos Humanos (RRHH). Desde la formación, existen perfeccionamientos y títulos de máster en dicha materia, orientados desde las ramas de ciencias sociales, donde se forma en ámbitos de gestión, estrategias, técnicas e instrumentos variados para aplicar en una organización.

Por 'recurso' se entiende, según la RAE, una serie de elementos usados para resolver una necesidad o el uso de estrategias y medios para conseguir un objetivo exitoso. Así, encontramos las más variadas aplicaciones para el término 'recurso', a saber: judiciales, materiales, literarios, gráficos, espaciales, energéticos,

económicos, naturales, tecnológicos, y humanos entre otros.

Asociar a las personas trabajadoras al concepto de recurso, nace de los planteamientos asociados a uno de los niveles de productividad de la empresa, por los años 20 del siglo pasado, en la cual se mide no sólo su eficacia sino también la adecuación a la organización, en otras palabras, que el trabajador sea más eficiente. Todo ello, le da un matiz al uso del concepto de 'recurso humano' y comienza a ser llamado 'capital humano'. Al respecto, los departamentos encargados de este 'capital' de la empresa, se ocupan entre otros aspectos, de su selección, formación y despido.

Comienza un movimiento filosófico y cultural humanista en la década de los 60, y en esta 'tercera ola', en términos de A. Toffler (1980), las tendencias actuales se enmarcan en nuevas maneras de concebir la economía, como las propuestas del Premio Nobel de Economía (1998) Amartya Sen, donde se destacan temas transdisciplinares como la universalidad de los derechos humanos, la conciliación de 'justicia global' con la 'libertad cultural', los cuales nacen de su preocupación inicial por la calidad, nivel de vida, bienestar y desarrollo.

Al respecto, hoy en día, se genera un discurso y tendencia donde la economía tiene también un sentido ético, solidario y sostenible, una economía con consciencia social que propone situar a las personas, no como un código de barras dentro de la oferta y demanda de mercado, sino que interesa también sus condiciones de trabajo, derechos laborales y su estado de bienestar.

Poco a poco, y debido a los cambios acelerados de la era global, se observa un mayor interés por intentar subir los niveles de satisfacción de los empleados, porque, evidentemente, un empleado satisfecho, es un empleado más eficiente y productivo. Los departamentos de RRHH se esmeran por implementar diferentes estrategias para tener al personal contento, como facilitar espacios de siesta, día viernes sin



uniforme, cursos de formación de yoga, y la más reciente tendencia, llamada por algunos críticos, 'McMindfulness'. Estos críticos señalan que no es suficiente la promesa de reducir el estrés, mejorar la atención, o algún otro posible beneficio añadido en términos de habilidades sociales, pues se está ofreciendo un producto alejado de sus raíces y sentido originario, aquel que incluye una calidad de consciencia más trascendente a sólo calmar tensiones de manera individual, por ejemplo, con el fin de que se adapte a seguir siendo eficiente en un entorno inapropiado. En tal sentido, este producto se constituiría en un nuevo adjetivo de moda (liderazgo-mindfulness, alimentación-mindfulness, terapia mindfulness, etc.) o en un nuevo instrumento de mercado para el 'recurso humano'.

Por otro lado, existen organizaciones como las grandes y pequeñas ONG's alrededor del mundo con fines sociales y altruistas, como también instituciones que tienen una mayor coherencia y mejores propósitos orientados, tanto en el impacto de su servicio, como en el bienestar de su cultura interna.

En tal sentido, hay estudios emergentes en torno al concepto de 'felicidad' asociado al trabajo, lo cual implica generar mejores ambientes laborales para que los empleados se sientan más motivados y se favorezca la innovación. Las empresas preocupadas por su productividad, ahora quieren hacer felices a sus empleados lo cual no significa mejores salarios ni mayores vacaciones sino favorecer cuestiones como flexibilidad horaria, competencias más allá del currículum (optimismo, empatía, asertividad, autoconciencia, etc.) y en algunos casos, se está optando el cambiar el nombre de director de RRHH por director o gerente de la felicidad, que es quien se ocupa, entre otras cosas, de un cambio en la cultura interna en términos de optimismo y cooperación.

Defiendo la idea de que las personas no somos recursos, como proponen también los autores Ricomá y Ponti ('No somos recursos, somos humanos', 2004). Somos personas con múltiples talentos, valores, competencias y cualidades que deberían ser reconocidos en una organización, no como un instrumento al uso, sino como la materia prima, la sustancia que da vida e identidad a la organización. El trabajo debería manifestar la expresión más creativa de cada cual, la evolución de sus capacidades, un medio de satisfacción y autorrealización en palabras de Antonio Blay

(‘Creatividad y Plenitud de Vida, 2008’); debería ser un goce, no un medio para ganarse la vida, sino para ser uno mismo. Para ello, es necesario un adecuado equilibrio entre el autoconocimiento y el reconocimiento del entorno.

Respondiendo a las clásicas preguntas de qué, quién, cómo, dónde, con qué, cuándo, para qué, etc., puede que aún no se tome conciencia del poder del lenguaje en cómo nos representamos la realidad y de cómo nos expresamos. En términos de una institución, podemos decir que somos el 'Quién' (identidad) mueve la organización, no el 'Con qué' (estrategias y recursos), se mueve. Al respecto, pueden ser muy útil aplicar los llamados 'Niveles neurológicos o lógicos de la PNL', a saber: entorno, conducta, capacidades, creencias e identidad.



Fuente: Jessica Cabrera, basado en los Niveles Neurológicos de la PNL

Una pirámide que nos propone distinguir mejor los distintos niveles de realidad, las preguntas que se corresponden, los posibles filtros que usamos desde nuestros

mapas mentales y límites que nos ponemos. Nos sirve para, por ejemplo, saber situar mejor problemas a resolver, mejorar las relaciones comunicativas, y por qué no, representar de mejor manera el mapa de una organización. No es lo mismo decir "usted es un incompetente" (nivel de identidad), a decir, "a usted le faltan manejar estrategias determinadas" (nivel de capacidad), o "es un estúpido (identidad), a decir "ha hecho una estupidez" (conducta). Puede que a veces no sepamos 'dónde' está el problema (contexto), o lo tenemos claro, pero no sabemos cómo resolverlo (estrategias), o sabemos lo que tenemos que hacer, pero nos cuestionamos acerca de si es importante (creencias y valores).



- "No somos recursos, somos humanos"

Ricomá y Ponti, 2004



Por ejemplo, en algunos cursos que he dado, suelo ocupar los niveles lógicos para hacer juegos de presentación inicial. Cuando pregunto '¿quién eres?', las respuestas habituales suelen surgir del nivel de 'entorno' (español, italiana, vasco) o más frecuente del nivel del 'hacer' (estudiante, deportista, funcionaria) Si les propongo que ocupen uno o tres minutos, el discurso suele seguir por ahí. Les invito -previa explicación sencilla de niveles de realidad- a un juego de creatividad con los niveles lógicos, presentándose en noventa segundos pasando por todos ellos, de esta forma, nos divertimos pensando de manera fluida (decir todo lo posible en

un límite de tiempo) y flexible (con las diferentes categorías), distinciones que nos servirán posteriormente en alguno que otro objetivo del curso. En las clases de métodos de investigación e innovación de la universidad, por ejemplo, los niveles lógicos también son útiles para esbozar de manera general los distintos aspectos que abordaremos en los diferentes diseños, a saber: el tema, problema y finalidad de una investigación (para qué se hace), fundamentos epistemológicos, teóricos y prácticos (por qué es importante el estudio), enfoque metodológico y técnicas de investigación (cómo se hará), instrumentos de recogida de datos (con qué), muestra o sujetos participantes del estudio (quiénes participan), ámbito geográfico (dónde y cuándo se realizará). Donde suele haber mayores despistes es en los proyectos de innovación, pues el sentido es diferente, no obstante, la estructura (además de aspectos formales como resumen, introducción, etc.) sigue una lógica parecida, a saber: coordinador, equipo responsable, colaboradores, beneficiarios (quién/quienes), descripción del contexto (dónde), marco normativo y principios teóricos (por qué), evaluación inicial, formativa, final, planificación, cronograma, (cómo), recursos necesarios, presupuesto (con qué). Llegados a este punto, propongo que en este apartado se refieran a recursos materiales,



espaciales, tecnológicos, económicos u otros, pero nunca humanos. En el mismo sentido, y en un contexto de planificación de clase (con objetivos, contenidos, metodología, actividades, recursos, tiempo, etc.), tanto el docente como algún invitado, se sitúa en el nivel de la persona que está a cargo del seminario, taller, o cátedra, no es un recurso a utilizar. ¿Por qué en las instituciones aún persiste, en general, la idea de que las personas sean consideradas en el nivel de los recursos?

Las palabras crean realidades, traen consecuencias en las acciones. Ninguna empresa pública o privada que pretenda una mejora de sus productos y servicios, debería tratar a sus empleados o funcionarios como 'recursos', ni deberían vulnerarse los derechos humanos ni laborales en ningún lugar, ni seguir alimentándose una cultura de la apariencias, del consumo exacerbado y de la falta de ética. Cuando las personas son consideradas como objetos o 'recursos', el discurso mediático se sigue llenando de contenidos como: violencia machista, acoso laboral, niños trabajadores, tráfico de órganos, refugiados, inmigrantes, enfermedades por exceso y por falta de alimentación, enfermedades por intoxicación de minerales para uso tecnológico, maltrato animal, contaminación de todo tipo, entre otras tantas situaciones que no deberían existir.

Somos conscientes de que un aleteo de mariposa puede provocar un huracán. Propongo que aportemos a la mejora a

través de pequeños gestos, de pequeñas siembras, desde el anonimato hasta una tendencia y cambio que se consigue en unidad. En este sentido, propongo que las personas dejen de sentirse y de ser llamadas 'recursos' y sean reconocidas como el potencial que permite, no sólo cumplir objetivos productivos, sino, como el factor esencial que otorga identidad y coherencia a la misión de la institución, que participa activa y democráticamente en las mejoras de su servicio, que se desarrolla en una institución que cumple con valores éticos en su estructura interna, como en su responsabilidad social.

El potencial es mayor a la suma de las partes. Es necesario fortalecer una cultura organizacional en comunión a los valores del bien común, donde todos ganemos, y nos sintamos felices de pertenecer. Creo que un regalo que nos trae la incertidumbre, es que todo puede ser mejor. Creo en el potencial humano. No más 'recursos humanos', ni humanos como recursos, reconocido sea, nuestro Potencial Humano ■



**ROSA ALMARZA**

Amante del yoga, la naturaleza, los animales y convencida de que la evolución humana vendrá de la suma de las pequeñas revoluciones que cada uno de nosotros seamos capaces de activar. Incansable en la búsqueda de sí misma y fiel creyente en la responsabilidad que cada uno de nosotros tenemos en nuestro destino y en el destino de la humanidad. Actualmente trabaja en llenar su vida de las cosas que quiere llevarse este viaje.

## EL REGALO DE JON



Jon descubrió hace solo unas semanas que un cáncer de páncreas, encontrado casi por casualidad y sin ningún síntoma aparente hasta entonces, terminaría con su vivencia terrenal.

Jon, durante su vida profesional fue cardiólogo y en su tiempo libre gran estudioso de la religión. Siempre buscando con gran entusiasmo los vínculos entre la ciencia y la religión.

68 años..., muy pronto..., por sorpresa... Y es que la vida, a veces, te da reveses duros sin ningún tipo de preaviso.

Hasta aquí, la historia de Jon no es muy diferente a la de otras muchas personas que de pronto se encuentran con la muerte acechándolas muy de cerca. Pero en este caso, lo que quiero compartir con vosotros es el regalo que Jon nos ha hecho durante sus últimas semanas. Un regalo en forma de una gran valiosa lección.

Cuando me enteré de la noticia de su enfermedad, hablé con él, cuidando mucho mis palabras y el tono, teniendo dudas de hasta que punto Jon quería o estaba preparado para hablar. Me sorprendió escucharle hablar de su enfermedad en términos médicos, explicando cómo descubrió su enfermedad, el diagnóstico, lo que se preveía que podía ocurrir en las próximas semanas y los pasos necesarios

para evitar el dolor físico todo lo posible. Me lo explicó de forma objetiva, casi como si me estuviera dando un diagnóstico de alguien que podría haber sido su paciente.

Entonces, me atreví a preguntar "Y tú, ¿Cómo estás? ¿Cómo te sientes?". El me miró a los ojos y con una mirada transparente, limpia, llena de luz, me contestó: "Estoy en Paz, me podría marchar en cualquier momento. Solo pido estar bien unas semanas para poder despedirme de mis seres queridos".

Sin duda, la vida sorprendió a Jon con esta enfermedad, pero también Jon sorprendió a la vida con su actitud. Sabiendo que tenía poco tiempo, apenas 6-7 semanas, antes de que su enfermedad le dejara del todo impedido, dejó bien claro cuál era su voluntad: Disfrutar de su familia, estar rodeado de ellos y disfrutar de las pequeñas cosas de la vida, nada extraordinario... ¿o quizá sí?



Quizá sí, porque, a veces, olvidamos disfrutar con la intensidad que deberíamos de esas pequeñas grandes cosas del día a día, esas que al final llenan nuestras horas, nuestros días y nuestras vidas: Ir a visitar a tus padres, un café con un amigo, tener la suerte de poder ayudar con pequeños gestos a los que están a tu alrededor, olvidarte del móvil y escuchar con atención a la persona que tienes en frente. Comer y beber disfrutando realmente de la comida, de su sabor... sin estar distraído con el móvil o la televisión, hacer esa llamada que tienes pendiente hace tiempo.

Es fácil dejar todo esto para mañana, para otro día, porque, aunque sepamos que no, todos actuamos como si nuestro tiempo aquí fuera infinito, hasta que un buen día, nos llega la fecha de caducidad, y lo cotidiano pasa a ser extraordinario.

La muerte, entonces, se me antoja necesaria. Necesaria para celebrar cada día la vida, para antes de tomar algunas decisiones, reflexionar sobre que haría si me quedara menos tiempo del que podría pensar. ¿Qué cosas me gustaría vivir? ¿De qué cosas me gustaría llenar mi vida? ¿Qué temas me gustaría dejar cerrados? O quizá, simplemente decidir, salir un poquito antes del trabajo, para jugar con tus hijos, pasear con tu pareja, o llevar una tarde cualquiera flores a tu madre.

El tiempo es lo más valioso que tenemos, y por tanto debemos decidir bien con quien compartirlo, a quien se lo queremos regalar, así como apreciar infinitamente el tiempo que otros nos dedican. Como si de un viaje se tratara, parece que solo teniendo presente que el viaje tiene un fin, somos capaces de disfrutar con mucha más intensidad de cada detalle. Y sí, este viaje tiene un fin.

Jon esto lo tenía muy claro, por eso decidió disfrutar de sus últimas semanas, rodeado de su gran familia, la de sangre y la que la vida, por otros caminos, le había regalado. Se dedicó a llamar a amigos y a familiares para despedirse de ellos. Cada visita, era una gran celebración. En ningún momento, quiso transmitir un ápice de pena o victimismo, todo lo contrario, aprovechó cada segundo para celebrar, para sonreír, para dar amor en cada abrazo, en cada mirada, en cada gesto y por supuesto, se abrió a recibir el amor de los demás. Vivió con gran intensidad cada uno de los días y siempre, siempre celebrando la vida y transmitiendo su gran PAZ a los demás.

Se dedicó a agradecer de forma muy intencional a cada uno de los que le rodeaban, por la ayuda que, de una forma u otra recibía de ellos.

Pidió hacer fotografías con cada una de sus visitas, con su familia, incluso con el personal de paliativos que cada mañana le visitaban. Con las fotografías iba rellenando la pared frente a su cama, para así observarlas a lo largo del día y deleitarse con ellas..., meditar sobre lo que es más importante en la vida: "El amor", en cualquiera de sus formas.

Así Jon, desde que conoció su enfermedad, lejos de lamentarse, decidió dejarnos este gran regalo. Un regalo en forma de lección:

**-Hay que celebrar la vida cada uno de los días, disfrutar al máximo de tus seres queridos, y de esas pequeñas cosas, que a veces, se nos pasan inadvertidas o damos por hecho, y que cuando el tiempo escasea, se vuelven realmente importantes.**

**-Hay que fotografiar los momentos, las sonrisas, las risas, los abrazos y tenerlos muy presentes, a la vista, para que cada día al mirarlos, nos arranquen una sonrisa y nos recuerden lo que realmente da sentido a nuestras vidas.**

**-Debemos poner verdadera intención en lo que hacemos en nuestro día a día, dejando de actuar con el piloto automático, y conociendo el gran impacto que cada pequeño gesto que hacemos tiene, sobre nosotros mismos, sobre la gente que rodea y sobre el mundo.**

**-Y por supuesto, hay que agradecer infinitamente cada uno de los regalos que la vida nos ofrece: cada gesto, cada sonrisa, cada abrazo, cada oportunidad de aprender, de descubrir que somos mejores de lo que pensábamos y también, por supuesto, agradecer cada respiración.**

Jon, gracias por la gran lección que nos dejas. Has convertido la muerte en un regalo que nos recuerda que cada día debemos celebrar la vida. ■

MARCOS ROJO • RESPONSABLE DE INNOVACION Y TECNOLOGÍA • MEDIAPOST GROUP  
 Apasionado de la tecnología y de las posibilidades que ofrece para transformar nuestro mundo (a mejor). Portero de hockey sobre patines y padre de dos inquietas criaturas.

# Tercera Revolución Industrial: GENÉTICA



El cambio de paradigma en tres áreas de conocimiento fundamentales, como son la robótica, la nanotecnología y la genética transforman el mundo de forma sorprendente y a un ritmo nunca visto en la historia de la humanidad. En este artículo vamos a profundizar en la revolución que supone para la humanidad los avances en el

campo de la genética, así como los dilemas éticos y morales que dichos avances plantean.

Recientemente, el equipo liderado por Shoukhrat Mitalipov (“Oregon Health and Science University”) ha conseguido, mediante una técnica denominada CRISPR, la edición genética de ADN de organismos vivos, demostrando que es posible

corregir genes defectuosos de forma eficaz y segura abriendo una ventana de innumerables posibilidades. Las técnicas de edición genética plantean dilemas morales importantes, si pudiéramos modificar las características genéticas del embrión que se convertirá en nuestro hijo para eliminar defectos hereditarios, ¿quién no lo haría? ¿Quizás modificarlo para tener los ojos azules y que sea más alto? En este caso la elección ya no parece tan evidente y, por otro lado, debemos tener en cuenta que aún estamos muy lejos de conocer los posibles efectos no deseados que se pueden producir con el paso de los años.

Técnicas similares llevan años aplicándose en el mundo vegetal produciendo un debate encarnizado entre la comunidad científica, nuestro planeta se encuentra cada vez más poblado, ¿porque no modificar las características genéticas de un alimento para que su producción aumente o para que necesite menos agua para su desarrollo? Realmente hemos adquirido estas capacidades, pero desconocemos los efectos que dichas modificaciones pueden producir en el ecosistema a largo plazo, entendiéndolo en este caso como ecosistema a un mundo cada más globalizado para lo bueno y para lo malo.

Los distintos avances en los diferentes entornos tecnológicos hacen que cada vez con mayor frecuencia encontremos intersecciones entre las distintas evoluciones que se condensan en un pequeño espacio de tiempo, obteniendo, por ejemplo, avances que conjugan la impresión 3D, cada vez más perfeccionada y cuyo avance será disruptivo para muchas industrias actuales, con la bioingeniería de modo que es posible hablar de “imprimir” órganos humanos o tejido especializado para reparar una zona dañada a voluntad,

**Las técnicas de edición genética plantean dilemas morales importantes**





terminando, de este modo, con las listas de espera para realizar un trasplante o con la forma de abordar el tratamiento de muchas patologías. A este tipo de tecnologías todavía les queda mucho camino por delante, pero cada día se producen nuevos avances y debemos prepararnos para el día que se conviertan en algo más que la portada de una revista científica.

Las implicaciones morales y éticas de este tipo de avances son enormes, y debemos enfrentarlas con conciencia global, de nada servirían para este propósito legislaciones o políticas nacionales, lo cierto es que cada día nuevas técnicas y herramientas

**Las implicaciones morales y éticas de este tipo de avances son enormes, y debemos enfrentarlas con conciencia global, de nada servirían para este propósito legislaciones o políticas nacionales**

nos acercan a poder modificar a nuestro antojo las características de plantas y animales, de modo que en posible condensar en unos pocos años lo que la evolución por sí misma podría tardar milenios o incluso millones de años en perfeccionar. Una vez más hacer un uso responsable de las nuevas capacidades adquiridas definirá nuestro futuro como especie.

Sin duda se seguirá evolucionando y profundizando en todos los campos de la exploración científica, pero pocos ámbitos tendrán un impacto tan relevante en nuestra evolución como especie y nuestro futuro cercano, como la robótica, la nanotecnología y la genética, debemos prepararnos para tomar decisiones y adaptar la legislación a la nueva realidad, no podemos permitir que la realidad supere a la ficción y no estar preparados para responder con contundencia cuando las líneas rojas que marquemos como especie se superen. ■

# Publicidad Comprometida

## Somos una agencia de publicidad para empresas y organizaciones con impacto social positivo

Si tu empresa no sólo piensa en el dinero. Si perteneces a una organización sin ánimo de lucro. Si tus productos o servicios promueven cambios positivos, nosotros podemos ayudarte a conectar tu proyecto con tus audiencias. Materiagris es una agencia fundada en 1993 que pone la creatividad al servicio de organizaciones comprometidas y responsables como la tuya.

**Estrategia | Social Media  
Diseño Web | Diseño Gráfico  
Marketing Online | Vídeo**

[www.materiagris.es](http://www.materiagris.es)  
91 445 76 64

materia  
gris



DANIEL PORTERO FLORES • MEDIAPOST GROUP • RESPONSABLE NACIONAL DE BACK OFFICE  
Aficionado al cine desde siempre, mitómano y estudioso del cine clásico y la influencia de sus estrellas a lo largo de las diferentes épocas.

BLOG PERSONAL "RESPIRANDO CINE" • FACEBOOK "RESPIRANDO CINE"

# CYD CHARISSE, la última musa de la etapa dorada musical

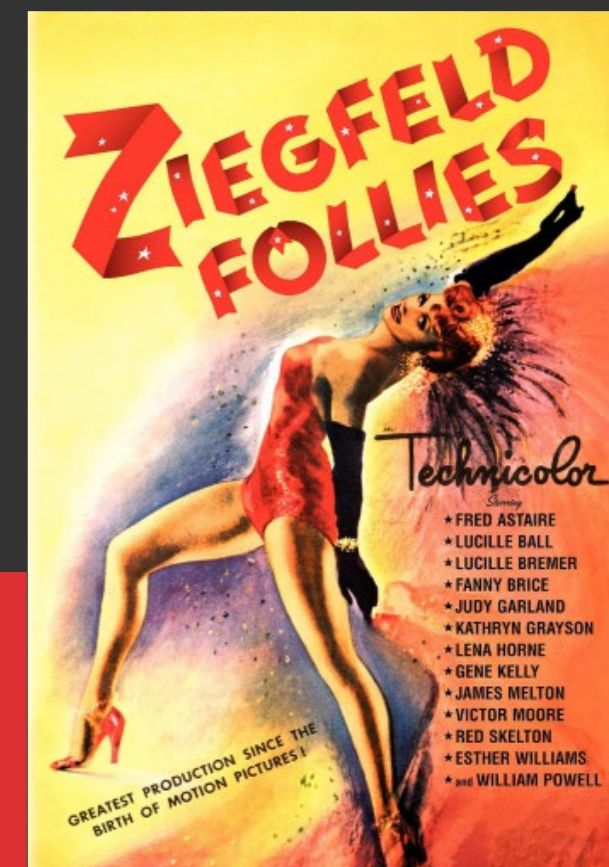


Cyd Charisse (1943) Wikipedia

Es una de las estrellas indiscutibles del musical americano. Sus piernas son tan míticas como las de Marlene Dietrich y su espléndida belleza morena recordaba a la de la irreplicable Ava Gardner. Llegó a la Metro en un momento en que el estudio contaba con el mayor número de talentos y jóvenes promesas de su historia y no supieron muy bien qué hacer con ella durante años. De no ser por Gene Kelly, que la eligió como pareja en el número "Broadway Melody" de "Cantando bajo la lluvia" (1952), es posible que nunca hubiese adquirido estatus estelar. Pero con una sola escena de aproximadamente siete minutos en este filme cautivó al público y la industria, haciendo que la pizpireta Debbie Reynolds, protagonista de la cinta, pasase a un segundo término. El erotismo irresistible y sofisticado de su baile con Kelly ha quedado como una de las referencias inevitables a la hora de abordar el musical cinematográfico... A partir de ese momento su carrera fue imparable participando en los últimos títulos importantes de la época dorada del género.

El erotismo irresistible y sofisticado de su baile con Kelly ha quedado como una de las referencias inevitables a la hora de abordar el musical cinematográfico

Aunque contribuyó a la evolución del cine musical desde un estilo decididamente moderno, su formación como bailarina se forjó en la danza clásica, llegando a formar parte del Ballet Ruso, lo que la permitió ser extraordinariamente dúctil. De esta guisa apareció flotando etérea de puntillas entre nubes de espuma en uno de los mejores números de "Ziegfeld Follies" (1944), una magnífica "stravaganzza" dirigida por Minnelli dedicada al célebre productor de revistas americano con la participación de las mayores estrellas musicales de la productora.



Ziegfeld Follies (1944), IMDB

Por algún motivo la Metro vio en ella el prototipo racial de belleza latina, convirtiéndola en mexicana teñida de chocolate en una serie de títulos que servían a la política de buena vecindad con la cercana Sudamérica. Dado que la guerra mundial había cerrado el mercado europeo, Hollywood entero volvió los ojos hacia los países latinos como principal vía de explotación comercial, iniciando un ciclo de películas con historias desarrolladas en aquel Continente, llenas de falsos tópicos deformados al gusto americano. En aquellos espectáculos arrevistados se la vió junto a un juvenil galán mexicano, Ricardo Montalban, en títulos como *"Fiesta brava"* (1945) y *"En una isla contigo"* (1948), concebidos a la mayor gloria de *"la sirena"* por excelencia, Esther Williams, así como en otros títulos de similar calado como *"Sombrero"* (1953), *"Me besó un bandido"* (1948) y *"El signo del renegado"* (1948).



Cantando bajo la lluvia (1950)

En un momento en el que su carrera se encontraba en un punto a la deriva llegó el milagro de *"Cantando bajo la lluvia"*... El impacto causado por su intervención en el filme la ayudó a formar parte de la escudería del célebre productor Arthur Freed, impulsor del musical marca Metro y responsable de los títulos más importantes de su historia. En este magnífico equipo Cyd encontró una oportunidad única donde hacer valer su formidable talento. Durante los siguientes años se cimbreó en los brazos de Gene Kelly clásica y romántica en *"Brigadoon"* (1954) y rabiosamente moderna en la crepuscular *"Siempre hace buen tiempo"* (1955) y junto al gran Fred Astaire participó en dos espectáculos inmortales *"Melodías de Broadway"* (1953) y *"La bella de Moscú"* (1957), remake en clave musical de la célebre *"Ninotchka"* interpretada por Garbo en 1939, haciéndonos olvidar a *"La Divina"* con su formidable talento para el baile.

Fuera del musical estuvo maravillosa sirviendo a los propósitos del cine negro en *"Chicago años 30"* (1958), junto a un maduro Robert Taylor y participando del universo dramático de Minnelli en *"Dos semanas en otra ciudad"* (1962), excelente filme sobre el mundo del cine en la línea de *"Cautivos del mal"*, donde era la arpía ex mujer del director interpretado por Kirk

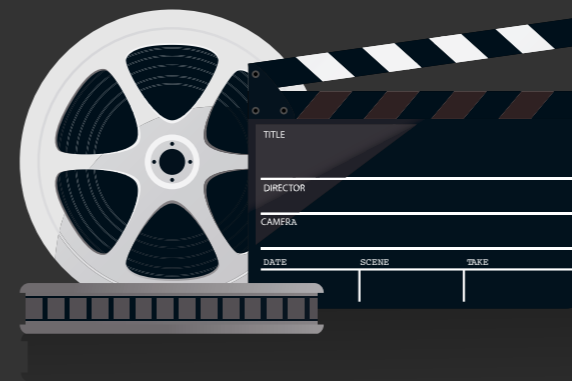
Douglas, dispuesta a incordiar la vida de cuantos la rodean con sus malas artes. Este título constituyó su última aparición importante. Hubo un proyecto interesante pero fallido, *"Something's got to give"* (1962), la última película de Marilyn Monroe que quedó incompleta al fallecer la estrella de manera imprevista, pero tras la muerte de Marilyn tanto Cyd como Dean Martin abandonaron el proyecto.

Después protagonizar una serie películas intrascendentes, abandonó su carrera segura de que una figura como la suya no tenía cabida en el panorama cinematográfico que se avecinaba, donde la inocente magia de los musicales que interpretó había desaparecido para siempre.

En adelante se dedicó por entero a su familia. Era esposa del cantante Tony Martín con el que compartió uno de los matrimonios más longevos de Hollywood, vivieron juntos durante 60 años hasta el fallecimiento de la actriz, acaecido en el año 2008 a consecuencia de un ataque cardíaco.



Su importancia en el cine musical es incuestionable y su aportación al desarrollo del género imprescindible. Es una de las últimas grandes estrellas de la época dorada, que escribieron con su baile páginas eternas, creando un lenguaje visual irreplicable con el que contar una historia con su danza, interpretando el sentimiento al compás de la música ■



**IÑAKI GIL • CONSULTOR Y COACH PARA PERSONAS Y EMPRESAS**  
 Empresario con 18 años de su carrera en EEUU+UK, donde creó empresas de finanzas, hostelería, consultoría y alimentación. Fue asesor financiero y en 2012 dio un giro de 180º a su vida. Hoy su dedicación mayor es el estudio del “Nuevo Paradigma de la Realidad”. Pionero del Running Coach.

# RECURSOS HUMANOS EN LAS EMPRESAS DEL FUTURO

**S**eguimos con un capítulo nuevo de Dinero y Espiritualidad.

El mundo avanza muy rápido. La tecnología está provocando un crecimiento logarítmico, si me permiten la expresión. Y no tiene vuelta atrás.... El aforismo “cualquier tiempo pasado fue mejor” no aplica más. ¿Alguno de nosotros querría cambiar esta vida que tenemos, con sus alegrías y sus momentos no tan agradables, por cualquier siglo pasado que ha tenido la humanidad? ¿Querría usted que sus hijos vivieran al siglo XX y que se embarcaran en una guerra civil o en una mundial como han vivido nuestros abuelos y padres? ¿Y qué decir de nuestras hijas? ¿Querría que vivieran en cualquier otro momento donde no tenían ni derechos, y más bien eran seres sumidos a sus maridos, padres o clanes familiares?



Ni mencionamos los tiempos de las cavernas, o los tiempos donde no había mucha medicina ni cirugía. ¡No había agua caliente, ni luz, y sí hambrunas, enfermedades, luchas y esperanzas de vida por debajo de los 30 o 40 años! Impensable hoy con la calidad de vida que vivimos, mejor o peor. Evolucionamos, y a una velocidad exponencial.

Apenas podemos actualizarnos con los cambios que la vida nos trae. No sólo la tecnología, ya sean las nuevas aplicaciones, ya sean las nuevas formas de comunicación entre las personas, de intercambio de información como las redes sociales, sino también cambios en nuestras costumbres, en nuestras percepciones de lo que está bien o mal, nuestro concepto de justicia, los derechos del hombre, de los animales, el cuidado del planeta, de la salud, etc, etc. ¿Conciben fumar en un avión? Se hacía hace 2 décadas, por increíble que parezca.



Dependiendo de nuestra edad y nuestra generación, nos costará más o menos entender cómo actuar desde un “LinkedIn” (desde luego mis padres ni saben lo que es, ni lo necesitan posiblemente), hasta un “Instagram” (mis amigos y colegas nos damos por vencidos y nos limitamos a saber que sirve para colgar fotos, transmitir mensajes, y sobre todo, que nuestros hijos lo utilizan con la misma frecuencia que yo miro los emails cualquier día). De “Musical.ly” ya ni hablamos, lo reservamos para millones de adolescentes entre 13 y 21 años...

¿Cuánto tiempo durará la transmisión de mensajes por emails? Muchos ya descuentan su pronta desaparición. ¿Cómo puede ser? ¿Puede parar alguien esta voracidad tecnológica del cambio? ¡Hace menos de 30 años no existía Internet!

**Apenas podemos actualizarnos con los cambios que la vida nos trae. No sólo la tecnología, sino también cambios en nuestras costumbres, en nuestras percepciones de lo que está bien o mal**

No nos resistamos, al contrario, adaptémonos. Las aerolíneas ya anunciaron que eliminarán los billetes físicos de avión. Normal, ¿para qué sirven teniendo un móvil que nos permite ahorrar millones de toneladas de papel y posiblemente daño medioambiental?

¿Cuándo desaparecerá el dinero físico? No creo que quede mucho. Y por cierto, hasta es posible que provoque con ello el entierro de los actuales problemas de blanqueos de capitales, de fraudes, de tramas financieras, etc que tantos titulares cada día nos ocupa. Sin el objeto, se evita la acción.

Cambio, cambio, cambio...



Todo muy acelerado. Veloz. Cambios fugaces, vienen rápido, se instalan por poco tiempo en nuestra cultura, y los dejamos atrás en un vistazo y no visto. ¿Quién pone un CD ahora en casa para oír música? ¿Y un cassette? ¿Y un vinilo? ¿De qué hablas papá?, diría mi hijo. ¿Ver una cinta de vídeo Betamax?

¿Quiénes o qué provoca estos cambios? 2 actores sobresalen sobre el resto:

1. El primero, las empresas, con sus investigaciones, sus creaciones, sus innovadoras formas de trabajo, sus intrusivas aptitudes comerciales con métodos de venta desconocidos hasta apenas unos años atrás (Ebay, Amazon, apuestas deportivas, comida a domicilio, etc). Neuromarketing... El IPOD, que rompió la industria musical, no cayó del cielo.

2. El segundo, y más importante, el salto de consciencia de la humanidad. Este es el verdadero acelerador del mundo de hoy, el auténtico motor turbo que nos está conduciendo a una nueva lectura de la carretera, de la vida, de lo que queremos, de lo que buscamos, de nuestro sentido en esta mundo.

Al igual que nos manejamos hoy con GPS para multitud de tareas diarias (correr con el reloj marcando las distancias, conducir

con el navegador, búsqueda de un restaurante, de una calle en el mapa del móvil, etc), nuestra vida empieza a recibir señales de "otro" GPS que aún no conocemos bien.

Comentan algunos expertos, que los indígenas de las Américas no pudieron divisar o concebir mentalmente la llegada de las carabelas capitaneadas por Cristóbal Colón porque jamás habían visto algo así, por lo que su cerebro no las podía percibir. No vieron barcos.

De igual forma parece funcionar este "nuevo GPS" que tampoco nosotros vemos, pero que nos guía. No vemos el aparato, pero sí vemos sus efectos. Efectos tales como la venta masiva de libros de autoayuda, la invasión de clases de yoga, de meditación, de mindfulness, conferencias, coaching... Y así un sinfín de actividades/inquietudes jamás vistas en Occidente hasta ahora. ¿Qué está sucediendo?

Decíamos que no solo la tecnología cambia rápido. Toda nuestra vida cambia. En España, apenas 2 generaciones en toda la Historia de este país llevamos sin haber entrado en guerra! Eso sí que es un cambio grande, sí que evolucionamos.

**El salto de consciencia de la humanidad. Este es el verdadero acelerador del mundo de hoy.**

¿Mindfulness en los colegios? ¿Pero de qué me está hablando, se han vuelto locos? Hubiera espetado nervioso y alterado el director de un colegio español cualquiera en 1975, por ejemplo, es decir, ¡ayer!

Hoy miles de niños se educan no sólo con matemáticas, con física y con geografía e historia (que por cierto, también cambia constantemente, muchos países que estudié ya no existen, y otros se han creado nuevos), sino que se educan con asignaturas tan grandes como empatía, como control emocional, como respeto y atención a los sentimientos de los compañeros de clase, como compasión, como servicio, y un sinfín de valores y actitudes que hasta ahora no se apreciaban como merecedoras de un colegio (reservadas para el hogar familiar, si procedía).

¡Ah! Por cierto, parece que también cambia rápido el concepto de hogar familiar, de familia, ¿no creen? Todo cambia, y mucho; estemos atentos y dispuestos a muchos cambios, o la vida nos pasará por encima. Seamos flexibles mentalmente.

Y si los niños cambian así, si las empresas cambian el mundo como estamos viendo, ¿qué están haciendo los departamentos de Recursos Humanos de las corporaciones? ¿Se están adaptando? ¿Y los gerentes y ejecutivos de dichas empresas? ¿Cómo están aplicando este nuevo GPS en el mundo corporativo?

¿Cuántos trabajadores hoy sacrifican sueldos y poder por lo llamado “calidad de vida”, y que pocos saben bien cómo definir?

Los Recursos Humanos deben introducir una marcha superior si quiere su empresa seguir en la vanguardia del mercado. Las nuevas “empresas conscientes” no se mueven sólo por números, cuentas de resultados, y objetivos. Se mueven por PERSONAS, se mueven por un PROPOSITO social, y se mueven por el respeto y cuidado del Medio Ambiente.

¿Está su empresa con estos objetivos en la parrilla de salida? O primero son los números y luego, si hay tiempo y dinero, miramos por el retrovisor a las personas, medio ambiente y valores?

¡Ojo! Mucho cuidado porque descarrilará antes o después, en la cuneta estrellado. Prepare a sus ejecutivos, prepare a sus accionistas, a todos los empleados. ¡El “IPOD empresarial” ya ha llegado! Pero muchos aún no se han enterado.

Las empresas Conscientes están demostrando que cuidar a sus empleados, que cuidar a sus proveedores, a sus clientes, a sus accionistas, ser generosos con ellos, colocarlos por delante de la última línea de la cuenta de resultados, no es incompatible en absoluto con crecer, con ser grande, con ser rentable, con ser eficiente, con ser competitivo, con destacar y triunfar. Último ejemplo: venta de WholeFoods a Amazon, ¡por 13,700 millones! Una tienda de comestibles de barrio...



El salto de consciencia de la humanidad propicia nuevos objetivos en la vida de los empleados, nuevas prioridades (ser feliz, tener tiempo para los seres queridos o para uno mismo, ser solidario, cuidar de otros, cuidar el medio ambiente, ser agradecido).

Las empresas que se están adaptando a estos cambios, brillarán sobre el resto. Los trabajadores más cualificados no irán donde más les paguen por mucho que les ofrezcan fortunas, sino donde más puedan desarrollar un propósito personal y profesional, aunque sea de forma más modesta. Los trabajadores menos cualificados buscarán entornos donde sean más felices, donde haya buen ambiente, donde se permita su conciliación familiar, donde se les trate con dignidad, donde se les escuche, y donde tenga voz y hasta voto, en su empresa. No serán simples objetos o números.

Los recursos humanos no buscarán contratar en base solo a cualificaciones. Se ponderará y primará los Niveles de Consciencia de las personas. El mejor profesional del mundo, fichado por una empresa e insertado en un grupo de trabajo que tenga un nivel de consciencia diferente, provocará una disrupción tal que ni uno ni otros trabajarán bien, no darán lo mejor de sí mismos, habrán malestares, y se desembocará en una notable merma en la productividad de la compañía.

L@s ejecutiv@s “deben” ser los primeros en provocar el cambio, SER ell@s mism@s el cambio en las empresas que gerencien o de las que sean propietarios. No contratarán solamente personal de Recursos Humanos para hacer un ERE, o para reorganizar administrativamente un departamento, por ejemplo. ¡Se buscarán profesionales que lideren, que sean expertos en motivación, en escuchar, en procurar la felicidad y máximo bienestar de sus compañeros de trabajo, de proveedores, de clientes!

**Los Recursos Humanos deben introducir una marcha superior si quiere su empresa seguir en la vanguardia del mercado.**

Profesionales que no se preocupen en primer lugar por su puesto de trabajo, sino que se preocupen en obtener la mejor versión de los empleados, su máximo potencial. Para ello, no se utilizarán herramientas basadas en el miedo (objetivos, presiones, horarios, sueldos, etc), sino herramientas basadas en el amor y en la comprensión (ayuda, atención, tiempo, compañerismo, protagonismo, respeto). En lugar de mirar hacia adentro, la atención será hacia su equipo, será siempre hacia los demás, hacia afuera. El bienestar ajeno producirá el de uno propio, por lo que no deberé preocuparme de mi.

Si hemos de contratar a varios profesionales para la empresa, ¿no tendría lógica y sentido que aquellos que serán sus futuros compañeros puedan también dar su opinión?

Ya se está cambiando cómo se configuran los equipos y departamentos dentro de las grandes corporaciones. Y cómo los mismos se regulan, o mejor dicho, se impiden en el buen sentido de los servicios centrales, de su casa matriz, de los jefes, de los recursos humanos... con espectaculares logros. Muchos aún se niegan a la Holocracia corporativa, pero será mucho más común de lo que creemos en el tejido empresarial.

No existirá el mismo concepto de "jefe". Habrá líderes en su lugar a quienes se respete por su mera esencia, porque inspiran grandeza, y no porque tengan poder y manden.

Tengo un gran amigo que ya ha implementado de forma totalmente innovadora y brillante una cultura en la empresa donde los empleados exigen tener un buen jefe, un buen líder. Todos tenemos derecho a tener un buen jefe®, así lo llama Rober a su programa de Recursos Humanos.

### ¿Y qué es ser un buen jefe?

Existirán menos MBAs y másteres ejecutivos de dirección. Sustitutivamente, se crearán programas formativos de líderes conscientes.

Líderes que no impongan, sino que lleguen a acuerdos, a consensos, que fomenten la lealtad y el compromiso cómo hábitos de trabajo, a la par que induzcan a la flexibilidad mental para modificar los acuerdos cuando sea necesario.

Líderes que respeten la opinión y acción de sus compañeros.

Líderes que valoren los aspectos positivos que todos como seres humanos tenemos.

Líderes que agradezcan a sus compañeros de trabajo todo lo bueno que aporten, aunque se hayan cometido errores. Y que agradezcan lo bueno de su trabajo, no poniendo el foco en lo que nos disgusta. Agradecer lo que se tiene.

Líderes que se adapten a personas y entornos, aunque no fueran estos los esperados o soñados como ideales en un inicio.

Líderes que asuman sus propios actos y las consecuencias de los mismos. Que sean humildes, que reconozcan sus errores, o su ignorancia en ciertos momentos, y que pidan ayuda. Líderes que saben que un equipo unido no son 2+2 formando un 4, sino un 5.

Líderes que saben aceptar la realidad, que no se resisten a ella, y menos se vuelven reactivos. Si los eventos no acaecen como les gustaría, no se vuelven impertinentes, irascibles o, menos aún, violentos. Simplemente asumen el evento, y actúan desde

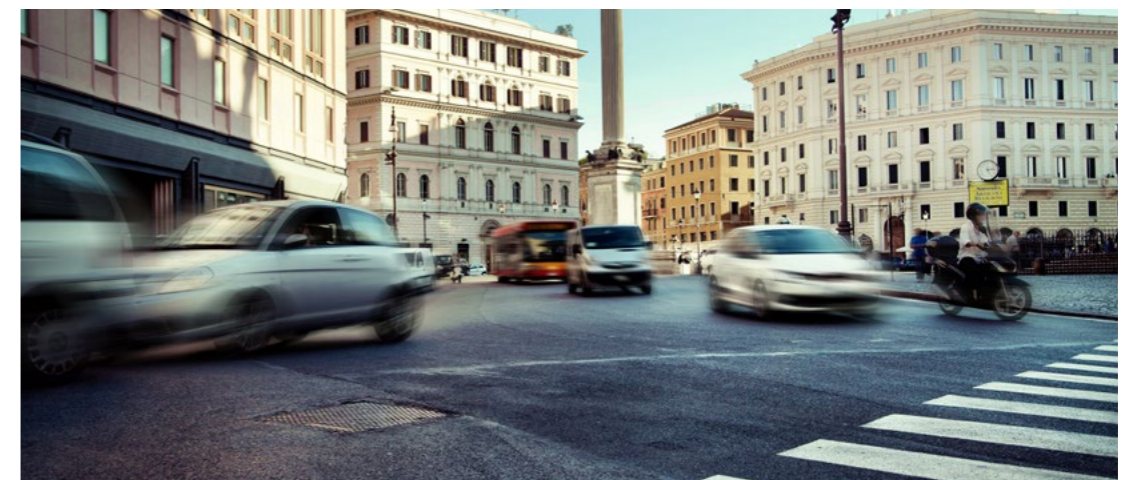
la prudencia, desde la calma que nos da la aceptación de lo que ES.

Líderes que sean confiables, que se pueda hablar con ellos sin miedos, sabiendo que su respuesta será una atenta escucha, una ayuda, una valoración pero sin enjuiciar, sólo evaluar.

Líderes que actúen, que inspiren, que su ejemplo sea "el ejemplo", y que no se queden en palabras bonitas, en mera retórica, en pura teoría. Líderes que ayuden a los demás, y no sólo a si mismo. Líderes Conscientes.

Todos tenemos un líder dentro. Todos somos líderes potenciales. Y todos tenemos líderes a nuestro alrededor. Pero seamos conscientes. Afloremos nuestro líder, y reconozcamos el líder vecino. Seamos líderes, pero sobre todo, seamos conscientes.

Muchas gracias a este Ipod empresarial. Busquemos el "nuevo GPS", aprendamos sus coordenadas, y vayamos con un rumbo SABIO ■



**JUAN LOZANO GARCÍA-GALLARDO • VIVVA**

Convencido de que el único modelo posible de colaboración en nuestra sociedad es aquel que busca un equilibrio para que todas las personas cubran sus propias necesidades, en contra del modelo de la competencia y la obsesión por ganar dinero sin importar cómo se gana. En el año 2007 fundó junto con otros amigos y empresarios el Centro Especial de Empleo Inserción Personal Discapacitados, S.L.,

## LEY GENERAL DE LOS DERECHOS DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

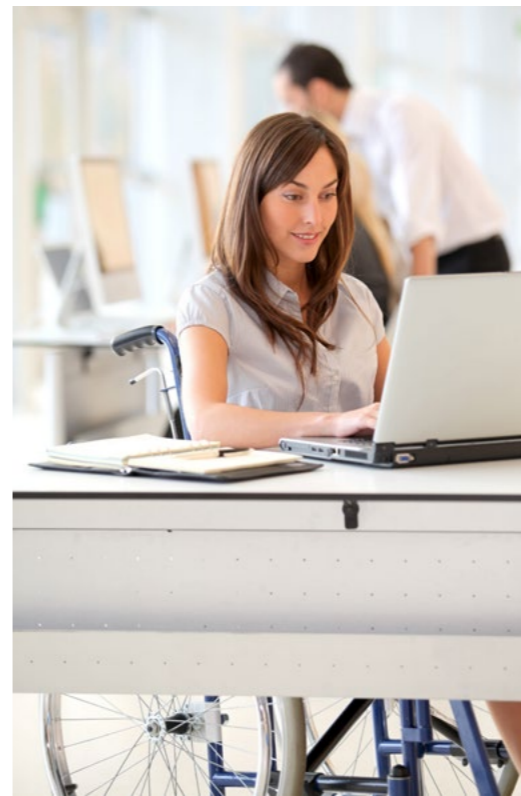


La Ley General de los Derechos de las Personas con Discapacidad y de su Inclusión Social, conocida como Ley General de Discapacidad, (LGD) establece que todas las empresas públicas y privadas españolas, cuya plantilla esté formada por 50 ó más empleados, están obligadas a reservar el 2% de su plantilla a personas con una discapacidad igual o superior al 33%.

Para cumplir la Ley las empresas también pueden acogerse a las denominadas Medidas Alternativas - previa consecución del Certificado de Excepcionalidad - y subcontratar servicios a proveedores calificados como Centros Especiales de Empleo cuyas plantillas incorporen a personas con discapacidad.

Sin embargo, el cumplimiento de la Ley no es siempre suficiente, y lo importante es cumplir con el espíritu de la Ley.

Muchas son las empresas que cumplen la LGD poniendo en práctica las Medidas Alternativas mediante la contratación de la compra de bienes y/o servicios a través de un Centro Especial de Empleo por una cantidad equivalente por persona no contratada en la propia plantilla de la empresa, al triple del IPREM (Indicador Público de Renta de Efectos Múltiples, que es el índice empleado en España como referencia para la concesión de ayudas, subvenciones o el subsidio de desempleo). El IPREM nació en 2004 para sustituir al Salario Mínimo Interprofesional como ratio a la hora de calcular estas ayudas.



La LGD establece que todas las empresas públicas y privadas españolas, cuya plantilla esté formada por 50 ó más empleados, están obligadas a reservar el 2% de su plantilla a personas con una discapacidad igual o superior al 33%.



El espíritu de la Ley General de Discapacidad es dar trabajo a personas con discapacidad, logrando su plena integración en las empresas. Si este objetivo principal no es posible, existe la alternativa de cumplir la Ley contratando a través de un Centro Especial de Empleo servicios que sean prestados por profesionales con discapacidad, o incluso trasladando temporalmente a empleados de la empresa a un Centro Especial de Empleo para prepararles para su total integración en la empresa, recibiendo la ayuda de personal de apoyo de los Centros Especiales de Empleo, como psicólogos y técnicos de inserción laboral.

Por desgracia se repiten con excesiva frecuencia situaciones que no sirven para cumplir la Ley. Entre estas situaciones podemos destacar:

- Compra de material de oficina o mobiliario a un Centro Especial de Empleo, que a su vez lo adquirió a una empresa cuyo objeto social es la venta de material de oficina o mobiliario, pero que no tienen en plantilla a personas con discapacidad. En estos casos el Centro Especial de Empleo actúa como un simple intermediario, y en ningún caso se justifica el importe de la compra con el número de personas discapacitadas dedicadas a hacer el trámite de facturación del material de oficina o mobiliario.

- Otro ejemplo muy típico es la cesta de Navidad. Hay empresas que se las encargan a un Centro Especial de Empleo, que lo que suele hacer es comprárselas a un proveedor y aplicar un margen para obtener un beneficio. En algunos casos, el Centro Especial de Empleo puede encargarse de la manipulación para elaborar la cesta y también del transporte. En este segundo caso consideramos y lo hemos confirmado con los especialistas de la Comunidad Autónoma de Madrid que NO se puede meter el importe de la cesta para el cómputo de la Ley General de Discapacidad, pero

sí se puede meter un importe en función del número de personas que se han dedicado a la manipulación y el transporte.

- Otro caso controvertido son los Centros Especiales de Empleo que funcionan como agencias de viajes, donde con un número muy reducido de personas con discapacidad se encargan de las reservas, y la empresa que contrata sus servicios pretende incluir el coste de los vuelos, hoteles y desplazamientos para el cómputo de la Ley.

Estos ejemplos reflejan situaciones muy frecuentes que suelen plantear numerosas empresas con la intención de burlar la Ley General de Discapacidad, muchas veces movidos por el desconocimiento. Algunas empresas, pese a presentar una alta conciencia social y haber implantado políticas que fomentan la inclusión, tienen un objeto social en cuyo desarrollo es difícil que se encuentre el grado de especialización (o en su defecto un número adecuado) de personas con discapacidad. En este sentido, los Centros Especiales de Empleo como Vivva pueden ayudar a las empresas tanto a buscar esos perfiles como a integrarlos en la empresa, al tener una dilatada experiencia en la selección y formación de

profesionales con discapacidad. Por otra parte, no son pocas las empresas que, o bien por desconocimiento de la Ley y del espíritu de la misma, o bien por un mal asesoramiento, no cumplen las normativas vigentes y están expuestas a sanciones económicas y lo que es más importante, ponen en riesgo su marca y su reputación social. ■



**El espíritu de la Ley General de Discapacidad es dar trabajo a personas con discapacidad, logrando su plena integración en las empresas.**



JESÚS VÁZQUEZ • MATERIAGRIS  
Publicitario contracorriente, fundador de Materiagris, agencia especializada en ONGs y empresas responsables. Profesor de Creatividad Publicitaria en Aula Creativa.  
[www.materiagris.es](http://www.materiagris.es)

## PUBLICIDAD COMPROMETIDA: MENSAJES QUE CAMBIAN EL MUNDO



¿Puede la publicidad contribuir a crear una sociedad mejor? Sin duda, sí. Si partimos de la base de que el objetivo de la publicidad es acercar productos y servicios a los consumidores, no parece descabellado pensar que si las agencias de publicidad se centrasen, por ejemplo, en anunciar productos y servicios sostenibles, ecológicos y respetuosos con los derechos humanos, seguramente acelerarían un proceso de cambio que acabase mejorando las condiciones de vida de muchas personas, de muchas comunidades y por extensión del planeta.

Sin embargo las agencias de publicidad no pueden desempeñar solas una tarea tan colosal. Es necesario también un cambio de conciencia por parte de todos

los agentes que forman el tejido publicitario: los anunciantes, los medios y los consumidores.

Es evidente que en los últimos años se ha iniciado en el mundo un proceso de transformación como consecuencia de una mayor concienciación. Basta con mirar a nuestro alrededor. Restaurantes vegetarianos, alimentos ecológicos, escuelas de yoga, ONG's, centros de meditación, energías renovables, banca ética, turismo sostenible... ¿Cuántos de estos productos existían hace tan sólo unos años? Resulta obvio que cada vez más consumidores compran con un mayor nivel de conciencia y eligen productos y servicios que han sido desarrollados bajo criterios de sostenibilidad e incluso de comercio justo.



La publicidad puede ser un poderoso motor de cambio y siempre ha presumido de estar a la vanguardia de las transformaciones. Según cada vez más voces debemos revisar nuestro modelo económico, basado en el crecimiento y en la especulación. ¿Llegará un día en el que una campaña publicitaria nos invitará a consumir menos? Posiblemente ese día esté más cerca de lo que pensamos.

La existencia de una publicidad comprometida sólo puede tener cabida si cohabita con una comunidad de anunciantes, medios y consumidores también comprometidos. Por eso, si de verdad creemos que el mundo necesita un cambio, ese cambio debe empezar primero en cada uno de nosotros y a continuación todos debemos asumir nuestra responsabilidad. El efecto dominó es fundamental para sumar más y más personas que apuesten por un futuro más sostenible.

**La existencia de una publicidad comprometida sólo puede tener cabida si cohabita con una comunidad de anunciantes, medios y consumidores también comprometidos.**



## ¿Existen agencias de publicidad comprometidas?

Materiagris es una agencia de publicidad fundada en 1993 que en un momento dado de su historia decidió aprovechar la experiencia adquirida anunciando productos de gran consumo para centrarse en la creación de campañas publicitarias para empresas y organizaciones con impacto social positivo. Entre sus clientes figuran tanto ONGs y fundaciones como compañías de sectores tan variados como banca

ética, alimentación ecológica, salud, educación o discapacidad. La lista no ha parado de crecer en los últimos años: Oxfam Intermón, Plan International, Accem, Mediapost Group, Triodos Bank, Ashoka, WhatsCine, Vivva, Educo o Hay Derecho son algunos ejemplos.

Los servicios que ofrece Materiagris se agrupan en 6 áreas: Diseño Web, Social Media, Diseño Gráfico, Vídeo, Marketing Digital y Planes de Comunicación.



### Planificación estratégica

Plan de comunicación  
Estrategia de posicionamiento digital  
Creación de Planes Editoriales



### Creatividad

Creación de campañas de publicidad  
Creación de conceptos creativos  
Copywriting  
Naming



### Diseño Web

Diseño y desarrollo de websites  
Tiendas online  
Landing-pages | Banners



### Social Media y contenidos

Creación de contenidos para blogs y redes sociales  
Estrategia de Social Media  
Guías de Voz de Marca  
Gestión de comunidades



### Vídeo

Videos promocionales  
Grabación y edición de entrevistas, eventos, etc.



### Diseño Gráfico

Creación de Identidad Visual  
Folletos | Carteles  
Packaging | Flyers



### Marketing digital

Email Marketing  
Publicidad en buscadores y redes sociales  
SEO

*Ideas  
imprescindibles*

