

PROPOS-IT

PROPÓSITO DE VIDA & PROPÓSITO EMPRESARIAL



SHARIF LAIBE



EDIQUID

PROPOS-IT

Propósito de vida y propósito empresarial

Sharif Laibe



EDIQUID

PROPOS-IT
Propósito de vida y propósito empresarial
© Sharif Laibe

Editado por: Corporación Ígneo, S.A.C.
para su sello editorial Ediquid
Av. Arequipa 185 1380, Urb. Santa Beatriz. Lima, Perú
Primera edición, junio, 2022

ISBN: 978-612-5078-02-5
Impresión bajo demanda

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2022-04231
Se terminó de imprimir en junio de 2022 en:
ALEPH IMPRESIONES SRL
Jr. Risso Nro. 580 Lince, Lima

www.grupoigneo.com
Correo electrónico: contacto@grupoigneo.com
Facebook: Grupo Ígneo | Twitter: [@editorialigneo](https://twitter.com/editorialigneo) | Instagram: [@grupoigneo](https://www.instagram.com/grupoigneo)

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por leyes de ámbito nacional e internacional, que establecen penas de prisión y/o multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeren, plagiaran, distribuyeren o comunicaren públicamente, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución artística fijada en cualquier tipo de soporte o comunicada a través de cualquier medio, sin la preceptiva autorización.

Diseño de portada: Mariana Barrientos
Corrección: Vanessa Chapman
Diagramación: Dionara Gómez Nessi

Colección: Integrales

Contenido

Introducción	9
Capítulo 1 Consciencia social y emprendimiento	15
Los tres pilares del sistema tradicional.....	19
El patriarcado.....	19
Las religiones.....	23
La política partidista	27
Desafíos y tendencias del siglo XXI.....	31
¿Es posible que los mismos que crearon el problema puedan dar la solución?	41
Emprendimiento socioconsciente	46
El caso de Máster Profe	49
Capítulo 2 El mundo de las emociones	55
El ego y sus cuatro bloques.....	57
El autoconocimiento	62
Ecuanimidad, autorregulación y resiliencia.....	67
Socioemocionalidad y emprendimiento	71
Las inteligencias de Gardner	73
El <i>upgrade</i> del ser humano.....	76
Capítulo 3 Propósito de vida.....	79
El salto de consciencia.....	79
¿Cómo reducir quién aparento ser?.....	84
Fractalidad y propósito	87
Estructura del propósito de vida	90
El dodecaedro de Propos-It.....	92
Las doce caras del dodecaedro	93
Proyecto de vida.....	106
Capítulo 4 Identidad emprendedora.....	113
Step Method	116
Bloque 1: Diagnóstico	116
Bloque 2: Resolución estratégica.....	117
Bloque 3: Scanner innovador	118
Bloque 4: Work Method.....	118

Bloque 5: Partner Plan	119
Bloque 6: Medición	119
Las 16 características del emprendedor socioconsciente	120
RUTTA, la metodología para estructurar un proyecto innovador	127
¿Qué es RUTTA?	127
Capítulo 5 Propos-It: La metodología	137
Paso 1: Down Line & Up Line	140
Paso 2: Introspección	141
Paso 3: Scanner interno	142
Paso 4: Scanner externo	143
Paso 5: Brainwriting	145
Paso 6: Declaración y ajuste	149
Paso 7: Validación	150
Paso 8: Lealtad y medición	152
Plan de implementación	154
Palabras finales del autor	163

*Agradezco profundamente el apoyo de mi familia
y amistades durante el tiempo de aprendizaje y
autoconocimiento, el cual me permitió escribir este libro
acerca de una metodología tan hermosa.*

*Al equipo de Origo Lab, Fundación Vida, Corfo, Sercotec,
el Instituto de Innovación y Emprendimiento Consciente
(IIEC), a nuestra extensa red de aliados en Chile y a todos
los que nos han apoyado en este desafío.*

*También deseo agradecer a todas las emprendedoras y los
emprendedores. Que este material sea de ayuda para sus
vidas y sus empresas mediante la creación de propósitos.*

INTRODUCCIÓN

¿Quiénes somos? ¿Hacia dónde vamos? Antes creía que la humanidad debía dar respuesta a estas dos preguntas en ese mismo orden, pero el tiempo me ha cambiado la perspectiva de forma radical, ya que pensar en quiénes somos conlleva a estudiar el pasado y muchas veces quedarnos dando giros en lo que fue y no en lo que será. Por ello, es lógico reforzar la necesidad de entender hacia dónde vamos como personas y sociedad y, desde esta meta personal y común, abrir las puertas al conocimiento experiencial que definirá quiénes realmente seremos. Luego de eso podremos responder una tercera pregunta: ¿de dónde venimos?

La humanidad camina hace muchos siglos con los ojos vendados por el sendero de la ignorancia, el egoísmo y el individualismo, con aliños de verborrea política, religiones absurdas y estructuras limitantes que aún perpetúan el patriarcado como pilar de una cultura abusiva y poco integrativa; una cultura donde el materialismo, el poder y el dinero han ido oscureciendo la naturaleza de mujeres y hombres en el mundo, hasta expeler una sociedad agobiada de aspectos negativos y carente de libertad, amor y altruismo.

Como se sabe, en nuestra historia abundan momentos catastróficos de imperialismo, genocidios, guerras fulminantes y dictaduras incontrolables que durante milenios han invadido la paz en diversas partes del mundo, llegando incluso a convencernos de que somos seres violentos e incorregibles, capaces de causar daño y promover el miedo en otras especies.

Sin embargo, esto contrasta con nuestra capacidad de crear, amar y construir desde la colaboración y el bien común, como

seres sociales que necesitamos interactuar y generar comunidades para prosperar a nivel intelectual, emocional, instintivo, energético y espiritual.

Esta dualidad entre un ser humano que construye y otro que destruye es una de las contradicciones más irrisibles que existe, o quizás la más ilógica de las inconsistencias que hemos apreciado en nuestro corto haber como especie. Es el factor que nos ha alejado de la evolución y nos mantiene en tierras movedizas, estancados por nuestra falta de fidelidad a lo que somos y nuestra creciente adicción a considerarnos seres supremos y superiores con respecto a nuestro entorno.

El ser humano, animal y par de todas las especies, se ha puesto de forma arbitraria en la cúspide de la pirámide, considerándose el patrón de fondo de la naturaleza y con un amplio derecho a exterminar a otros seres por una crueldad disfrazada de costumbre o tradición.

Esta autocrítica social es necesaria para que cada uno de nosotros pueda comprender dónde se encuentra en la actualidad y cuáles serán los desafíos que debe superar para disminuir la brecha de la desigualdad, en todos sus sentidos, y volver a encaminarnos hacia el bien común, la felicidad y la compasión, que tanta falta hacen.

Esto plantea un doble desafío para cada persona: evolucionar a nivel individual y, luego, a nivel colectivo. En términos simples, debemos generar un *upgrade* desde nuestra mente, consciencia y cuerpo, para luego aportar a la sociedad desde la sabiduría y la claridad.

En el mundo de la innovación existe la constante dinámica de cambiar para resolver dolores actuales —lo que conocemos técnicamente como problema/solución—, que no es más que crear algo mejor de lo que existe para evolucionar a un

bienestar mayor. En el caso del entendimiento personal es lo mismo: cada persona debe trabajar de manera constante sus defectos para convertirlos en virtudes mediante el cambio y la evolución.

En el presente libro abordaremos este campo unificado entre cambio personal y cambio social, y cómo desde el entendimiento podemos generar una meta personal y/o colectiva, lo que llamamos ‘propósito’ y que es el fin último al momento de organizar nuestra vida y el rumbo de la sociedad, recorriendo un viaje desde el autoconocimiento hasta las tendencias del futuro que actualmente están sepultando el sistema tradicional. Después navegaremos por el mundo de las emociones para integrar el ‘propósito de vida’ como herramienta de cambio y mejora personal, alineando los objetivos con la felicidad presente y futura.

Con el propósito de vida resuelto, integraremos el ‘propósito empresarial’, explicando la identidad del emprendedor y aplicando la primera metodología para el desarrollo de propósitos para *startups*, denominada ‘Propos-It’; esta permite elaborar de forma eficiente y representativa el propósito del equipo fundador y sus colaboradores, utilizando recursos propios del sistema para la correcta aplicación.

Para iniciar este viaje rumbo a tu propósito de vida y empresarial, es importante que sepas que tendrás que hacer cambios personales y deberás cuestionar tu rol en la sociedad, ya sea como emprendedora o emprendedor o como líder en una empresa o institución del tipo que sea. De esta forma sacarás la mejor versión de ti, para aportar a la sociedad desde tu bienestar alineado con tu proyecto personal o de negocios.

También es importante comprender un principio básico en la construcción de propósitos y que se resume en esta frase: «No soy mi pasado». Esto quiere decir que nunca es tarde

para cambiar y que los errores cometidos pueden ser resueltos de forma eficaz en el presente y el futuro. No estamos condenados al sufrimiento eterno provocado por nuestras acciones egoístas; por el contrario, podemos revertirlas con nuestra evolución personal y aporte al bienestar común, considerando a otros seres humanos, los animales y el medioambiente. Para ello deberás enfrentar miedos y temores, corregirlos y mejorar de forma consciente, lo que se traduce al final en un concepto que acuñé en mi libro *Umanoz* denominado 'emprendimiento socioconsciente'.

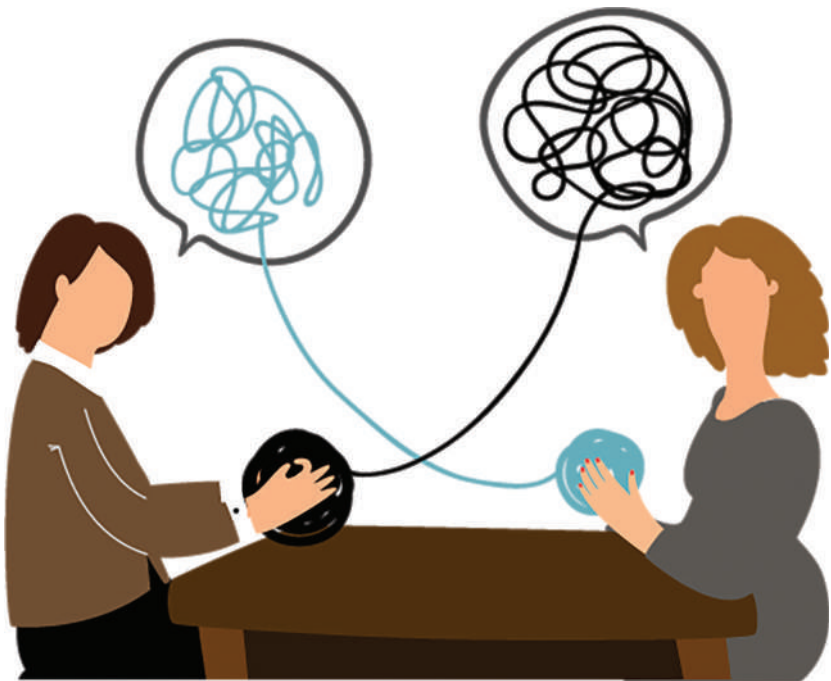
Te invito a dejar fuera los juicios, prejuicios, especulaciones y suposiciones para que puedas integrar de forma fiel este conocimiento, libre de interpretaciones subjetivas que te distraigan del fin último que buscamos al crear un propósito, que es estar alineado con nuestros objetivos y comenzar a ser quienes exactamente decimos ser. Sin disonancias ni cadenas, tan libres como la creatividad que yace en nuestro interior y que hemos opacado por esa testarudez infinita de intentar acoplarnos a esta sociedad plástica.

Por esta razón cada persona debe reforzar su compromiso con la sociedad y consigo misma, considerando como guía en este proceso las diez leyes de la empatía:

1. Actos positivos generan efectos positivos; actos negativos generan sufrimiento.
2. Todo ser humano debe ser consciente de sus pensamientos, emociones y actos.
3. Todo ser humano debe ser responsable por sus actos.
4. Todo ser humano debe reconocer el impacto de sus actos.
5. Todo ser humano debe revertir el impacto negativo de sus actos.

6. Todo ser humano debe fortalecer el impacto positivo de sus actos.
7. Todo ser humano debe promover estados de consciencia común.
8. Todo ser humano debe aplicar compasión y guía en círculos de inconsciencia.
9. Todo ser humano debe velar por el bienestar de las personas, los animales y el medioambiente.
10. Actos negativos generan destrucción; actos positivos generan el mañana.

Con la asimilación de las diez leyes de la empatía, la búsqueda de tu propósito será mucho más eficiente y eficaz.



Capítulo 1

CONSCIENCIA SOCIAL Y EMPRENDIMIENTO

La persona que eres hoy no es la misma que la de ayer. Mientras que la persona que serás mañana muy probablemente será distinta a la que está leyendo este libro, lo que le da sentido a la frase «No soy mi pasado». Esto explica lo poco que tiene que ver la persona que somos en el presente con la que dejamos de ser ayer, hace una semana, un año o más, aunque tratemos de vivir de recuerdos o culparnos por los errores de antes una y otra vez.

La dinámica constante de vivir anclados en el pasado no es más que una limitante para disfrutar del presente y el ahora, lo que tanto se recomienda, pero que nunca asimilamos ni ponemos en práctica, ya que el poder del sistema tradicional es demasiado influyente en nuestras emociones, perspectivas, decisiones y hábitos que hemos formado. Y como sabemos este sistema va en caída libre frente a las nuevas tendencias de la sociedad del futuro, mismas que nos hacen falta para dejar atrás una obsoleta forma de interpretar la sociedad y a nosotros mismos.

Pero ¿qué es el sistema tradicional? No es más que la representación del lado oscuro de nuestra sociedad. Es la forma ignorante e inconsciente de organizarse y que se sustenta en la falsa promesa de un mundo mejor. Durante siglos hemos perpetuado costumbres crueles, tradiciones disonantes y hábitos egoístas, siendo un cáncer que de a poco nos ha ido acercando al materialismo y las ansias de poder, alejándonos de la tierra, la flora, la fauna y de nuestro prójimo.

El sistema tradicional se sostiene sobre tres pilares: el patriarcado, la política partidista tradicional y las religiones, manifestaciones que han transformado al ser humano de forma constante en el tiempo y en la historia, llegando a sepultar nuestra relación con el planeta, lo que se puede corroborar con la vasta información y evidencia que opera en internet. Sí, la misma que el sistema tradicional de antaño calificaba como «fuente de las mentiras», y que, ahora, gracias a la colaboración de mujeres y hombres, se ha transformado en una herramienta laboral, de entretenimiento y aprendizaje.

Cuando internet aún no estaba presente en nuestras vidas, los poderes económicos, dueños de bancos y medios de comunicación, hicieron pensar a la sociedad mundial que no existía una mejor realidad que la que ellos mismos promovían; desfachatez que continua latente y es el alma del sistema tradicional, donde anidan los fraudes, las mentiras, los montajes y las alteraciones sin tapujo de la historia. En este aspecto, no hay que olvidar que Hitler estudió a fondo a Edward Louis Bernays para desarrollar su propaganda, herramienta con la que casi conquista el mundo, como todos sabemos, y no en la mejor de las formas.

Si bien Bernays es considerado el padre de la propaganda, este elemento de manipulación fue usado mucho antes por la Iglesia católica, en específico mediante la Sagrada Congregación para la Propagación de la Fe (*Sacra Congregatio de Propaganda Fide*), fundada en 1622 por el papa Gregorio XV, con múltiples campañas para controlar a las personas con respecto al Estado y la religión. A modo de comentario, no hay que confundir propaganda con publicidad, y menos con los calificativos de «comerciales» o «reclames». La propaganda siempre es política y la publicidad netamente marquetera.

Esta influencia ejercida mediante la propaganda es el origen de la manipulación negativa de la sociedad mundial —con diversos énfasis en cada continente y sus respectivos países—, tanto

así que nuestra naturaleza altruista ha quedado olvidada en el pasado y ha sido remplazada por las ansias de poder y cosas materiales, tal como el sistema tradicional es promovido a través de la política partidista tradicional, las religiones y el patriarcado.

A modo de ejemplo, puedes enfocar tu atención plena en la publicidad que ves por televisión y te darás cuenta de lo que el sistema vende: comida chatarra, estereotipos de belleza, consumismo, materialismo, burla, discriminación y, por supuesto, la infraestructura comercial de los dueños de los canales. Casualmente, son ellos los mismos dueños de la salud, las pensiones, los partidos políticos y los bancos, ocultando sus verdaderos rostros en la máscara de la demagogia y la beneficencia, con la intención de lavar su imagen. Si vives en Chile te aseguro que ya tienes un nombre y/o apellido en mente...

Fue bajo este régimen cuando perdimos el foco como humanidad y dejamos atrás nuestro verdadero propósito, que es abrazar la vida y el abanico de especies que habitan en el planeta, incluyéndonos. Nos volvimos expertos acaparadores de cosas materiales y falsas apariencias, con el fin de ser aceptados por la pareja, las amistades, los colegas e incluso por simples desconocidos. Nos volvimos plásticos de mente, de cuerpo y de consciencia, y nos olvidamos para siempre de nuestro objetivo que es amar de forma incondicional y trabajar para la prosperidad común.

Esta es la razón por la que considero fundamental activar nuestra consciencia individual y colectiva, ya que solo así retomaremos el propósito que nos permitirá evolucionar en todos y cada uno de los sentidos. Precisamente es eso lo que trataré en los siguientes capítulos, con el fin de que puedas alcanzar tu propósito de vida y luego el de tu *startup*.

Sin embargo, para ello debemos conocer el escenario en el cual estamos y cómo ha afectado nuestra forma de vivir y relacionarnos,

para que seamos capaces de generar una crítica constructiva sobre nuestro modo de vivir y cómo modificamos la sociedad con nuestros actos. Sin duda es complejo, ya que la autocrítica es un elemento difícil de encontrar en las personas, más aún si consideramos lo cruel de este sistema competitivo que tanto mal nos hace y que describe Byung-Chul Han en su obra *La sociedad del cansancio*, libro con un alto contenido filosófico, pero atingente a esta dualidad en la que vivimos y donde se describe de manera clara a ambos grupos: gente excesivamente comprometida con ser superior a otros y gente deprimida por no serlo.

De aquí se desprende que los estados de consciencia sean claves para evolucionar a nivel personal y colectivo, lo que genera una perspectiva mucho más amplia que la simple visión de buscar dinero para vivir, más que vivir por un propósito y que el dinero llegue como consecuencia de las acciones que ejecutamos en nuestro emprendimiento o actividad laboral. Por eso el proceso de innovar debe ir de la mano con la medición de nuestros actos, siendo primordial buscar el bien común en vez de nutrir nuestros bolsillos de dinero, lo que no significa que no entendamos de aspectos comerciales, financieros y contables, sino más bien considerar una prioridad el propósito y de forma secundaria los conocimientos teóricos que nos enseñaron en la universidad y el colegio.

Los innovadores y emprendedores debemos considerar la autocrítica como una herramienta de crecimiento, sin confundir este concepto con la culpa. La autocrítica se acompaña de soluciones, y la culpa, de castigo y disminución de uno mismo. En ello el sistema tradicional es un experto, puesto que a través de la alteración de los contenidos en los medios, la educación y la política ha provocado que las minorías conscientes sean finalmente señaladas como un grupo de locos, cuando en realidad es todo lo contrario. Basta observar el sufrimiento de la sociedad

en que vivimos para entender que el sistema tradicional no es lo que queremos para las futuras generaciones.

Debido a lo anterior, a lo largo de este libro encontrarás una dura crítica de mi parte al sistema tradicional. No lo hago con interés de generar divisiones ni un extenso debate en torno a los tres pilares de este modelo. Por el contrario, mi intención es clarificar lo que nos ha hecho tanto daño como sociedad para poder revertirlo en conjunto y avanzar de forma altruista, con propósitos conscientes y colaborativos, siendo primordial incentivar la transformación de una sociedad consumista hacia una sociedad equitativa, justa y transparente. Por supuesto, eso no caerá bien en algunos sectores, en especial aquellos que no son muy amigos de las energías verdes, la equidad de género, el fin del maltrato animal, la inclusión, la integración y el respeto por todas las etnias, clases sociales y orientaciones sexuales.

LOS TRES PILARES DEL SISTEMA TRADICIONAL

Cuando hablamos del sistema tradicional nos referimos a esta amalgama de hábitos y costumbres que ha reducido al ser humano a una especie individualista e inconsciente, mediante una serie de acontecimientos históricos que ha encontrado piso en las religiones, el patriarcado y la política partidista. Para efectos de este libro solo me enfocaré en Occidente, ya que el sistema tradicional oriental posee otras características que varían según los países y zonas asociadas.

EL PATRIARCADO

No hay nada más preciso para explicar el patriarcado que la historia de la gran Hipatia, la destacada científica de la biblioteca de

Aleandría. En el siglo IV destacó por sus conocimientos en Matemáticas, Ciencias y Astronomía, contribuyendo de una manera sin precedentes a los avances de la humanidad en estas materias. Fue hija y discípula de Teón, que a su vez fue discípulo de Euclides, quien precedió las investigaciones en estos campos, con foco en la geometría como herramienta de descubrimiento del cosmos y su influencia en nuestro planeta. Su escuela, al igual que la de su padre, fue neoplatónica y seguidora de todos los estudios de Pitágoras, que después sirvieron de base para toda la ciencia actual y la sabiduría de la Geometría Sagrada, conocida hoy día como Geometría Sustentable y Psicogeometría.



Hipatia brillaba por sus diversas habilidades y talentos, que se complementaban con su belleza, su manejo social y su rol de guía y educadora, destacándose por ser una mujer empoderada y una líder digna de seguir en los tiempos actuales. Sin embargo, la historia no resultó nada benévola con ella.

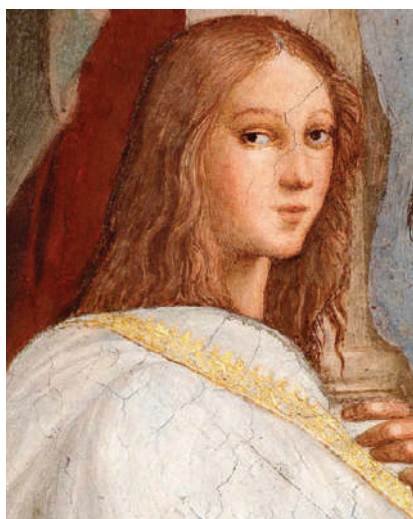


Imagen. Hipatia, en un detalle de *La Escuela de Atenas* (1509-1510), del pintor Rafael Sanzio.

El 17 de octubre de 412 d. C., Cirilo fue elegido como obispo de Alejandría. Se destacaba por su fanatismo religioso, considerando criminal a todo aquel que no fuera fiel a la Iglesia o pensara de forma distinta. Justamente, puso en su mira a Hipatia al envidiarla por su sabiduría y por el hecho de ser mujer. Fue así como en el año 415 d. C. fue atacada por una turba de monjes de Nitria, quienes llevados por la locura y el odio arremetieron contra su carruaje, matando a sus sirvientes y amigos, y apresándola para torturarla de forma sistemática. Los fanáticos católicos utilizaron piedras, conchas y lozas para sacar su piel y luego descuartizarla y quemarla.

Con múltiples heridas la hicieron caminar desnuda entre la gente, macabra escena que fue replicada parcialmente en la serie *Game of Thrones* por la reina Cersei Lannister, pero que fue apenas un ápice con respecto al sufrimiento de Hipatia, ya que los monjes y su seguidilla de fanáticos no tuvieron piedad.

A pesar de que Cirilo no reconoció los hechos, la comunidad religiosa sabía que los monjes no actuaban sin la orden de su líder. Y como evidencia, Orestes, político y amigo de Hipatia, solicitó la apertura de una investigación, la cual nunca se ejecutó dado el poder de Cirilo. Es más, Orestes fue atacado bajo el mismo y cruel formato, solo que logró salvarse.

La muerte de Hipatia representa el comienzo de la persecución cobarde hacia las mujeres, que hasta el día de hoy perdura con otros formatos igual de crueles. Por otro lado, gran parte del trabajo de Hipatia y sus maestros fue reducido a cenizas por la Iglesia bajo el liderato de Cirilo. Así desaparecieron miles de escritos relacionados con Ciencia, Matemáticas, Geometría, Astronomía y Química, los cuales eran considerados paganos para los radicales católicos. Aquí hago una aclaración, porque muchas versiones comentan que los atacantes eran cristianos,

pero la Iglesia católica ya había sido elevada a religión oficial de Roma; por lo tanto, corresponde corregir el concepto de cristianos a católicos.

Esta historia no termina aquí, pues la misma Iglesia católica a la cual perteneció Cirilo fue la que el 3 de octubre de 2007, bajo la palabra de Benedicto XVI, dedicó la catequesis de esa audiencia general a la «gran figura» de uno de los Padres de la Iglesia: san Cirilo de Alejandría. Benedicto XVI afirmó en ese entonces que Cirilo fue un «incansable y firme testigo de Jesucristo, verbo de Dios encarnado».

En la actualidad, la constante reducción del género femenino se visualiza en el lenguaje de la sociedad, la falta de equidad y las diversas manifestaciones de machismo que existen, siendo el patriarcado uno de los pilares del sistema tradicional que está derrumbándose.

En lo personal, creo que el patriarcado logró dos efectos nefastos en la sociedad: el primero, la disminución de la mujer; y el segundo, la sobrevaloración del género masculino, como si fuéramos superiores a ellas en una serie de aspectos, lo que sin duda es una aberración para los tiempos de hoy, los de ayer y los de mañana.

Es cierto que fuimos seteados por el patriarcado para sobreponer nuestro rol de «machos recios», pero eso no significa que sea correcto. Por el contrario, cada uno de nosotros debe evaluar su comportamiento para generar cambios en la forma de expresarnos, eliminar las bromas desubicadas, el trato incorrecto hacia ellas y la forma como consideramos al género femenino en nuestro esquema de vida.

Es importante fomentar la equidad sin distinción ni juicio, para que el día de mañana tengamos soluciones tangibles para equiparar la cancha, y no placebos de moda como decir «todes» en vez de «todas y todos» o las falsas promesas de los candidatos de turno en esta materia.

La equidad nace de la consciencia y el valor por el prójimo, y eso no se actúa, se vive y se siente día a día.

Esta es la razón por la cual cambié mi comportamiento, porque, al igual que la mayoría, era una persona que no entendía el impacto de sus actos y palabras, y me arrepiento profundamente de haber sido parte de esa forma de pensar inconsciente y retrógrada. Pero como señalé antes, uno no es su pasado; siempre tendremos la opción de mejorar, corregir y sepultar este cáncer social que tanto daño nos ha hecho, para que el día de mañana exista equidad en lo social, laboral y emocional.

LAS RELIGIONES

Tal como señalé anteriormente, en esta oportunidad haré foco en el impacto de las religiones occidentales más que en las orientales, ya que son sociedades distintas y poseen características propias, como en la India el hinduismo, el sintoísmo en Japón o el budismo en gran parte de Asia. Sin embargo, es importante aclarar que el hinduismo es más bien un término que comprende una pluralidad de fenómenos religiosos en la India.



A diferencia de otras religiones en el mundo, esta no tiene ningún profeta ni rinde culto a ningún dios. Al sintoísmo se le considera una práctica de una serie de tradiciones apegadas a la naturaleza, en tanto que el budismo se califica como una doctrina no teísta, a pesar de que Occidente se esfuerce en catalogarlo como una religión.

Dicho esto, es importante destacar que el cristianismo, el judaísmo y el islam fueron religiones creadas a partir del bien

común y el amor por el prójimo, pero lamentablemente tomaron un curso antónimo a la paz que sus mismos preceptos promueven. La evidencia de esto son las constantes guerras y genocidios por hacer predominar un pensamiento sobre otro.

El judaísmo se volvió radical y olvidó las valiosas enseñanzas de la cábala, posicionándose en Israel como centro de operaciones. Visité este país en 2014 y me sorprendió ver que no todos los israelíes son judíos; también hay católicos, ateos e incluso un diez por ciento de la población es de origen árabe, está adherido al islam y con presencia en el Parlamento. Sin embargo, las continuas alteraciones de sus escritos distorsionaron la religión con el paso de los años, y hasta se ha radicalizado a través de los judíos ultraortodoxos, quienes han provocado disturbios y protestas contra el Estado. Sus frases discriminatorias y acontecimientos son imperdonables, como los ataques terroristas de los ortodoxos en la marcha del orgullo gay o el ataque a un colegio en el 2015.

El islam siguió los mismos pasos. Olvidó la sabiduría de Mahoma, se volvió una religión hermética y discriminadora con el no árabe, a tal punto que ciertos lugares están privados para quienes no piensan igual que ellos. Los radicales islámicos han promovido un constante desprecio y disminución hacia la mujer y han atacado a inocentes en múltiples atentados. Esto sin mencionar la lapidación como forma de ejecución, que ha provocado diversas condenas mundiales.

El fenómeno es igual tanto en el islam como en el judaísmo, porque fueron religiones creadas para el bien, pero distorsionadas por la mano del hombre. Esta frase refleja la sabiduría olvidada del islam: «Tres cosas hay destructivas en la vida: la ira, la codicia y la excesiva estima de uno mismo». Al parecer, muchos han sepultado la esencia de lo que predicán.



Imagen. Representación de la muerte de Juana de Arco en la hoguera. Cuadro de Jules-Eugène Lenepveu.

El cristianismo sufrió de lo mismo: fue una corriente creada para generar el bienestar colectivo, y con el paso de los

siglos se distorsionó por completo. Las enseñanzas de alto valor se suprimieron hasta llegar a una Biblia editada por conveniencias de poder de diversos imperios. Esto explica que los cristianos hayan sido perseguidos hasta casi el exterminio por los romanos, quienes en el siglo IV, y bajo el mandato de Constantino, transformaron el cristianismo en lo que conocemos hoy por Iglesia católica. Esta unificación entre Estado e Iglesia se dio a partir del miedo de Constantino al creciente apogeo del cristianismo, lo que lo llevó a considerar esta corriente como la oficial del imperio.

Se dice que la Iglesia católica tuvo como primer papa a Pedro, aunque la oficialización de ella vino a ocurrir en el año 313 d. C. con Constantino y fue ratificada por Teodosio I en el año 380 d. C., existiendo consenso histórico sobre este hecho en diversos escritos antiguos. No es así con respecto a la historia creada en torno a Jesús, que como sabemos era todo menos católico y la evidencia señala que tuvo familia e hijos. Esto viene a integrar un contrapunto entre cristianismo y catolicismo, ya que desde la unificación del Estado y la Iglesia (cesaropapismo) surge el poder de la gobernanza en ambos frentes, lo que redujo de forma categórica las libertades de las personas.

De aquí en adelante todo fue un caos. La Iglesia católica y sus líderes ordenaron la muerte de millones de mujeres bajo la clasificación de «brujas», por ser más hábiles e inteligentes que sus líderes narcisistas. Este mismo pensamiento estuvo presente en las cruzadas, la conquista de América y la Inquisición, cunas de torturas y asesinatos. Por eso ser cristiano está muy lejos, o quizás hasta se convierte en un antónimo, de ser católico.

Esto la ha llevado al primer lugar de las instituciones con más crímenes en la historia de la humanidad, superando ampliamente a Hitler y los genocidas rusos Lenin y Stalin.

Hoy día, la Iglesia está en su ocaso. Sus fieles han disminuido de manera radical en todo el mundo, a pesar de los esfuerzos de *marketing* del Vaticano. Y para qué hablar de los abusos a menores, acto que se transformó en un ejercicio recurrente de este conglomerado. De hecho, no existe otra profesión u oficio que haya registrado más abusos en el mundo que el ejercido por curas y monjas en todo el planeta.

En el año 2015, el papa Francisco arremetió contra la «ideología de género», señalando que se trata «de una expresión de frustración y resignación» y hasta el día de hoy condena la educación sexual en los colegios.

LA POLÍTICA PARTIDISTA

Cuando era adolescente, me destacué por ser un alumno desordenado y un joven problema, llevando el liderazgo en una serie de acontecimientos que siempre terminaban mal para mí y para otros. Fue en esta época cuando mi afición a la música se transformó en el principal motivo para encaminar mi vida, lo que me permitió crear mi primer emprendimiento a los veinte años, mientras estudiaba Periodismo en la ciudad de Concepción.

En este tiempo ya tocaba guitarra, componía canciones y tocaba el bajo, no tan bien como mi hermano Nicolás, pero me sirvió lo suficiente como para poder instrumentar algunas canciones en un estudio de grabación casero.



De a poco me fui familiarizando con diversos *softwares* de grabación y edición musical, mientras que paralelamente iba mejorando en la ejecución del piano y la creación de baterías y percusiones. Esto, que comenzó como un *hobby*, tuvo su punto de expansión cuando un amigo de mi padre, que tenía una librería, me pidió que le compusiera un *jingle* musical para su negocio. Lo compuse, grabé los instrumentos y Claudio González, un gran amigo que participó en Rojo, el programa de talentos de TVN en Chile, grabó la voz. El material fue aprobado por el cliente y me pagaron. De ahí en adelante no paré de hacer *jingles* hasta las municipales del 2004.

En esa fecha ya me había desilusionado de los bloques de izquierda y de derecha. Voté por candidatos de ambos lados y el resultado fue todo lo contrario a la imagen de política social que tenía en mi mente. Entonces me transformé en un individuo apolítico. Esto me ayudó bastante en mi trabajo como creador de *jingles* para candidatos a alcaldes y concejales en la elección del 2004. Logré asesorar en esa época a casi treinta personas y complementé este servicio con los aspectos comunicacionales que me brindó la carrera de periodismo. En términos comerciales fue un éxito; sin embargo, mi desilusión aumentó y me prometí no trabajar nunca más en mi vida para personas que representaran bloques políticos añejos como la izquierda y la derecha de Chile. Sea cual sea el monto de dinero que esté en la mesa, jamás trabajaré para los mismos que ocasionaron la actual desigualdad social.

Esta experiencia me permitió observar, de forma interna y externa, el tercer pilar del sistema tradicional: la política partidista, fenómeno que puedo describir y ejemplificar con la siguiente fábula:

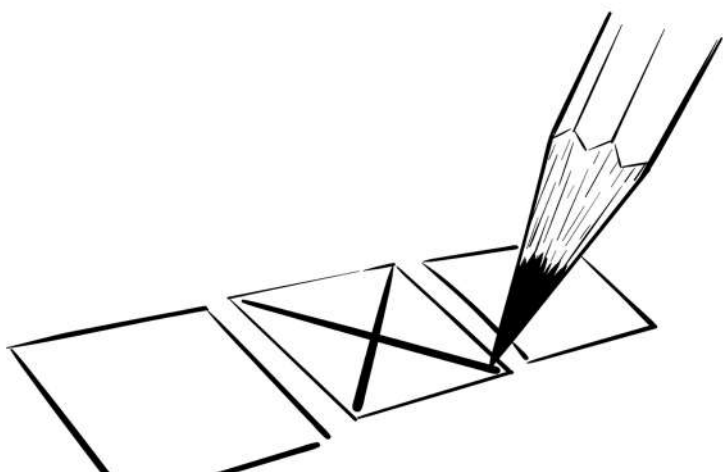
Un hombre común y corriente, llamado Pedro, pasea a su perrito por su comuna y ve que en una casa hay una fila de personas esperando entrar. Curioso pregunta a qué se debe dicha espera. Una mujer le comenta que a las veinte horas se iniciará la sesión del partido Los Tres Chanchitos Alegres y que esta es su sede. Pedro va a dejar a su perrito y vuelve a la hora indicada, tal como se lo habían señalado, aunque la sesión termina iniciando con media hora de atraso. De inmediato él reconoció a su vecino Mario, presidente de la junta vecinal y ahora candidato a concejal, quien dirigía el encuentro con cerca de cincuenta personas más. Pedro recordó que Mario no era muy querido en la zona por haber sido tachado de sinvergüenza. De hecho, tenía denuncias por pagar con cheques de una persona fallecida en un supermercado, había sido acusado de falso ejercicio de la profesión de abogado y de violencia intrafamiliar, además de haber sido grabado maltratando a una perrita callejera.

Pedro no entendía cómo una persona de esa calaña era candidato a algo y decidió retirarse de la reunión. Al salir, la misma mujer con la que había hablado horas antes estaba sentada afuera llorando y Pedro le pregunta qué le ocurría. Ella, de nombre Emilia, le explicó que arbitrariamente el partido había elegido a Mario, sin permitirle ni siquiera participar en una votación para definir de forma democrática quién sería el candidato final que el partido apoyaría. La señora Emilia agregó: «El noventa por ciento de las personas que entra a un partido es gente honesta que busca el bien común; el otro diez por ciento se forma con hombres y mujeres que buscan poder, dinero y generar control sobre los demás. De ese noventa por ciento, pocos son electos; pero de ese diez por ciento, de personas inconscientes y materialistas, la mayoría es elegida gracias al apoyo de un partido». Entre ellos, personas como Mario,

que parten en una junta de vecinos, luego llegan a concejales, después a alcaldes, diputados y a senadores, y si la mala suerte está por parte de la gente, es probable que terminen siendo ministros o incluso presidentes de la nación. Así forman riqueza, poder y se instalan en la política de forma vitalicia. Pedro no volvió nunca más a un partido político».

Con esta fábula se ejemplifica de forma fiel el funcionamiento de la política partidista tradicional, la que es totalmente distinta a la política de los antiguos griegos, que proponían un sistema organizativo con base en la probidad y las buenas intenciones. Además, la política partidista tradicional se ajusta a un criterio de reparto de poderes, lo que es por completo ilógico para una sociedad que quiera evolucionar.

Por otro lado, y de forma muy minoritaria, existen partidos nuevos que no se apegan al sistema tradicional, lo que da una luz de esperanza para las nuevas elecciones, aunque sus estructuras aún obedecen al mismo sistema jerárquico que las agrupaciones clásicas. Por eso, defienden a la política como sistema, pero no a los partidos políticos tradicionales y sus secuaces, ya que la evidencia es demasiada. Eso lo sabe cualquier persona que conozca internet, donde las historias de corrupción en todos los países del mundo sobran, y esto se debe a las ansias de poder y dinero.



Al igual que muchas personas tomé la decisión de por vida de no votar por partidos de izquierda o derecha, e inclinarme por los candidatos independientes, aunque este injusto sistema que tenemos permita a personas que posean menos votos que un independiente ser electas, siempre que pertenezcan a un bloque tradicional. ¿Cómo se puede llamar democracia a un sistema que permite que una persona que saque mil votos sea relegada por una que saca cien y que es arrastrada por su partido? Bueno, eso desde donde se mire es una burla para la ciudadanía. Si algún día soy candidato a algo prefiero tomar el riesgo y sacar los mil votos para no ser electo, antes que los cien y ser el perrito faldero de los amos de un partido.

Con este tipo de gobernantes, que ejercen continuo control sobre las personas y limitan la verdadera libertad, es muy difícil que podamos construir nuestro propósito de vida, considerando que las condiciones externas juegan, en la mayoría de las veces, en contra de la ciudadanía, mediante la falta de servicios básicos como la salud y la educación, y los embates de una economía cruel que enriquece más a algunos pocos y empobrece a la mayoría de la gente buena y honesta que se pela el lomo por salir adelante, mientras que otros reman para el lado de su bolsillo.

El día que derrumbemos estos tres pilares del sistema tradicional, tendremos las herramientas necesarias para dejar el engaño y el despropósito en el pasado, más aún con los complejos desafíos que tenemos por delante.

DESAFÍOS Y TENDENCIAS DEL SIGLO XXI

Con los tres pilares del sistema tradicional identificados, es hora de revisar los desafíos que como emprendedores e innovadores tenemos en esta era, desafíos que se han transformado en tendencias

transversales a la mayoría de los países del mundo, y al mismo tiempo en problemáticas sociales que debemos resolver a la brevedad.

1. Reciclaje y economía circular

Uno de los principales ejes de la sociedad del futuro es el reciclaje en todas sus formas, y el impulso de la economía circular detrás de cada proceso. Ello viene a derrumbar paradigmas y dogmas impuestos por la sociedad tradicional que prefiere la eficiencia de las gestiones comerciales y la maximización de la utilidad en desmedro del impacto que generan los deshechos en el medioambiente. En Chile se dio un gran paso con la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor y Fomento al Reciclaje (REP), que tiene como objetivo principal establecer una industria que se responsabilice por sus productos a través de la prevención de generación de residuos y de su recuperación y reciclaje.

Este plan viene a construir una serie de oportunidades para que emprendedoras y emprendedores puedan desarrollar ideas de negocios conscientes en torno a esta ley, más aun considerando que en Chile se recicla el 8 % del plástico y solo un 17 % del mismo proviene de los hogares, según un estudio realizado por la Asociación de Industriales del Plástico (Asipla), cuyo objetivo es actualizar y mejorar la información para la correcta implementación de la Ley REP de Envases y Embalajes.

2. Alimentación consciente

Tengo 41 años y pasé 38 de ellos en la inconsciencia alimentaria, consumiendo productos que no solo causaban daño a mi cuerpo, sino también fomentaban el maltrato animal. Recuerdo que era el clásico tipo amante de los asados, el pucho y la piscola,

parado al lado de la parrilla con los amigotes hablando sandeces. Ahora soy vegano, dejé el cigarrillo hace años y no tomo ningún tipo de destilados, lo que provocó un cambio físico y mental en mí. Mi pareja actual fue la responsable de explicarme la inconsciencia de consumir carne, leche, azúcar y grasas saturadas, y entender el trasfondo de la industria del maltrato animal.

Con el tiempo me di cuenta de que este fenómeno comenzó a expandirse en todo el mundo, por eso el veganismo y el vegetarianismo se han presentado como tendencias al alza, tanto así que múltiples emprendedores e innovadores entendieron esta oportunidad y comenzaron a crear productos libres de maltrato.

Un ejemplo de ello es Notco, quizás la mejor innovación chilena y la que dio pie para que las grandes compañías comenciarán a seguir sus pasos.

Antes era difícil encontrar productos veganos, libres de gluten y procesos transgénicos. Ahora la oferta es muy amplia y ya no existe necesidad de matar a otro ser para comer rico, saludable y de forma consciente.

Si recuerdas las diez leyes de la empatía, presentadas al inicio de este libro, te podrás dar cuenta de que la consciencia se promueve siendo responsable de nuestros actos y sus consecuencias, y la alimentación consciente se trata precisamente de esto. Por lo tanto, el veganismo es una tendencia y no una moda, que llegó para quedarse. De este modo, emprendedoras y emprendedores del mundo han escuchado el llamado, respondiendo con mucha creatividad.

3. Socioemocionalidad

Lo que antes era un factor sin importancia, ahora pasó a ser uno de los elementos prioritarios a nivel educativo y social, con la

socioemocionalidad como un eje que se debe trabajar en el interior del aula, en los círculos laborales y en el hogar, y más aún si consideramos los efectos negativos que ha provocado la pandemia de la COVID-19 en todo el mundo. Antes, la identificación y control de las emociones era algo secundario respecto a potenciar el intelecto, siendo una lectura totalmente básica.

Esto lo confirma Howard Gardner, quien bajo su teoría de inteligencias múltiples propone un campo mucho más amplio que el simple intelecto y aprendizaje teórico; por el contrario, hace hincapié en otras aristas de nuestras capacidades. En la actualidad, es necesaria la integración de la socioemocionalidad en todos los sentidos, con el fin de promover la ecuanimidad y reducir el apego y la aversión, contribuyendo al crecimiento personal de la sociedad e impulsando el altruismo, el amor incondicional, la compasión y la empatía.

4. Educación consciente

La clave de toda sociedad radica en los sistemas educacionales que esta tenga y, como se sabe, la educación está al debe en los procesos que acompañan al aprendizaje y la convivencia escolar, por ello se generan fenómenos como el *bullying* y la discriminación en las escuelas.

La educación tradicional está diseñada desde la unilateralidad, donde un docente entrega los contenidos y los alumnos reciben la información, sin considerar que la sociedad de hoy requiere sistemas interactivos de participación colaborativa y tecnologías que apoyen este proceso. No hay que olvidar que las generaciones más jóvenes son nativas en tecnología, en consecuencia resulta risible privar al alumnado de estas herramientas. Y para que sea una educación consciente se debe educar desde

el respeto y la igualdad, independiente del origen étnico de una persona, su género o condición socioeconómica.

Todos somos miembros de una misma sociedad, por lo que nadie debe quedar atrás solo por el hecho de haber nacido en un barrio vulnerable o no tener suficientes recursos económicos. Por eso se requiere que en edades tempranas se hable de integración e inclusión. Que no haya impedimentos para crecer de la mano, y no bajo un sistema competitivo y cruel, tomando siempre en cuenta el impacto de nuestros actos en el medioambiente, las personas y los animales.

La educación es un tema que me apasiona en demasía y por eso trabajo en innovación educativa, porque luego de eternos y filosóficos análisis, llegué a la conclusión de haber encontrado el camino para corregir nuestros errores como sociedad y apuntar a la evolución en todos los sentidos, a pesar de haber sido un alumno mediocre para el sistema tradicional.

5. Energías verdes

En el campo de las energías verdes podemos ver avances significativos en todo el mundo, destacando aquellos países que poseen políticas para promoverlas y donde destacan las tecnologías eólicas, la biomasa, los biocombustibles y la energía fotovoltaica, entre otras que reducen las emisiones de CO₂ durante su generación y que se presentan como un mercado emergente donde se requiere mucha innovación para cubrir la alta demanda que vendrá en las próximas décadas.

En el futuro miraremos hacia el pasado con vergüenza por haber destruido ecosistemas completos para la producción de gas, carbón, petróleo, energía nuclear e hidroeléctrica.

Este punto es crítico para controlarnos como especie, ya que hasta el momento estamos al debe con nuestro planeta, o más bien con Gaia, nombre que le asignamos aquellas personas que consideramos a la Tierra un mundo vivo. Un ejemplo de esto es que la energía eólica y solar produjeron un histórico 10 % de la energía eléctrica global en la primera mitad de 2020, mientras que las plantas de carbón han estado funcionando a la mitad de su capacidad, según un análisis publicado en un reporte del *think tank* Ember, y donde se señala la urgencia de avanzar en esta materia en los próximos 20 años.

6. Conectividad social

A fines del 2016 estuve en Corea del Sur, específicamente en Seúl, donde se había habilitado internet gratis para toda la ciudad. Si bien la señal era baja y no funcionaba en todos lados, la iniciativa buscaba conectar a toda la ciudad y se presentaba en ese entonces como un desafío tecnológico para autoridades y privados, que actuaron en colaboración. En la actualidad, esta iniciativa sigue vigente y aumentando la cobertura y la capacidad de transferencia de datos.

En Chile, este proceso ha sido tomado por varias empresas privadas. Sin embargo, debería ser dirigido y financiado por el Estado al igual que en Corea, con un plan progresivo que vaya desde conectar a todo el país hasta la gratuidad total, y que cada familia pueda tener acceso a internet en su hogar, independiente de la zona geográfica. ¿Se puede financiar un proyecto de esta envergadura? Sin duda que es posible, pero requiere del esfuerzo del gobierno de turno y una mirada colaborativa hacia la sociedad. Con los 29 000 000 000 pesos chilenos de Pacogate y los más

los 5 000 000 000 pesos chilenos de Milicogate hubiésemos financiado el proyecto en casi todas las regiones de Chile.

7. Igualdad social

Si hay un efecto negativo en el desarrollo de la humanidad es el impacto que han generado los modelos económicos del sistema tradicional en la forma de vivir de las personas, llevando esta sociedad a una desigualdad radical y abrumadora. Según datos de Oxfam de 2016, el 1 % más rico de la población del mundo posee más riqueza que el 99 % de los habitantes del planeta. Otro estudio realizado por la misma entidad, durante el 2019, indica que los 2153 multimillonarios que hay en el mundo poseen más riqueza que el 60 % de la población mundial (4 600 000 000 de personas). En América Latina y el Caribe el 20 % de la población concentra el 83 % de la riqueza. El número de millonarios en la región ha pasado de 27 a 104 desde el año 2000. En grave contraste, la pobreza extrema está aumentando.

En 2019, 66 000 000 de personas, es decir, un 10,7 % de la población vivía en extrema pobreza, de acuerdo con datos de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal). En el caso de Chile, el país posee el segundo lugar de la OCDE con la mayor brecha de ingresos entre el 10 % más rico y el 10 % más pobre, solo detrás de México. El índice de Gini (indicador de desigualdad) para Chile, después de impuestos y transferencias, es de 0,47. Este número nos sitúa en el lugar 24 en términos de desigualdad sobre el total de 159 países con datos disponibles, y nos corona como el país más desigual de la OCDE. Para el año 2021 se espera que el índice Gini aumente su brecha debido a los catastróficos efectos de la COVID-19, que genera un aumento en la desigualdad social en Chile y el mundo.

¿Estamos conscientes de esta desigualdad latente? La verdad es que, en cada documento que abordé para este punto, se señala claramente que las políticas han sido insuficientes para revertir la desigualdad, lo que se refleja en las estadísticas de diversas investigaciones. Esta sociedad materialista ha sustentado el valor de las personas en lo que tienen y no en lo que son y pueden ser, lo que sin duda ha aumentado la desigualdad. Sin embargo, y debido a la incompetencia de las autoridades, los emprendedores sociales han salido a la calle a resolver este problema con creatividad e innovación, generando múltiples propuestas en torno a la mejora sustancial de la calidad de vida de las personas.

El Estado debe ponerse al día e inyectar recursos a la innovación social como eje de cambio y darle prioridad en la lista respecto a otras iniciativas que buscan divertir. No puede ser que sea más importante financiar, por ejemplo, una aplicación de citas, que el sufrimiento de grupos vulnerables que carecen de vivienda digna, salud y trabajo. No planteo que se elimine el financiamiento a este tipo de ideas, pero sí que la distribución sea distinta.

8. Equidad de género

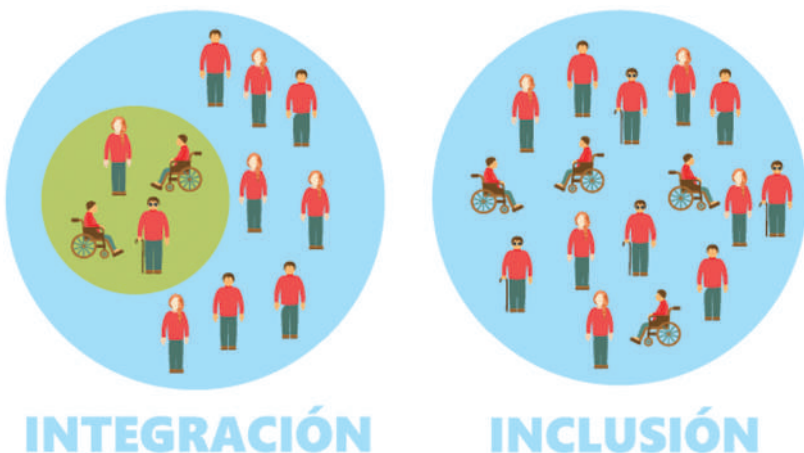
Luego de la historia de Hipatia, y los efectos del patriarcado en la historia de la humanidad, no queda mucho por decir, ya que todos sabemos que la cancha no está pareja, a pesar de que algunos gobernantes quieran hacerse vista gorda en esto. Chile ocupa el quinto lugar en el mundo entre las naciones con mayor diferencia de sueldos entre géneros, según un informe OCDE, lo que es un ejemplo de esta nefasta brecha entre hombres y mujeres. De acuerdo con información de la Superintendencia de Pensiones, en la actualidad, las mujeres ganan un 12,4 % menos que los hombres.

Otro dato que encontré relevante es el cruce entre la carencia de equidad y la desigualdad económica en el segmento femenino, ya que según Adimark en Chile hoy viven 8 972 014 mujeres. De ellas, 89 720 viven en hogares que ganan en promedio 6 452 000 pesos al mes (nivel socioeconómico ABC1a) y hay 1 166 231 en hogares que ganan en promedio 324 000 pesos al mes (nivel socioeconómico E).

En Origo Lab, implementamos dos medidas en pro de la equidad de género. La primera es la igualdad de sueldos entre hombres y mujeres de cargos de la misma jerarquía, y la segunda es la paridad en el número de trabajadores, apuntando siempre al equilibrio. En caso de que exista un número impar de personas, siempre el género femenino obtendrá la mayoría en nuestra empresa.

9. Inclusión

Este término, aplicado en general a la educación, se relaciona con la asimilación de todos los integrantes de la sociedad en un mismo contexto. A diferencia de la integración, no se caracteriza por generar segmentos exclusivos para personas con capacidades diferentes.



Me explico de mejor forma, tomando como ejemplo la educación. En una sociedad que integra, existen escuelas diferenciales y tradicionales; sin embargo, en una sociedad inclusiva, todos los niños y niñas, independientemente de sus características, participan en un mismo contexto educativo, aceptando a cada persona como un igual. Este avance de integración a inclusión es lo que nos permitirá que todas las personas sean consideradas en la sociedad como elementos únicos e irremplazables.

Esto debe ir más allá de la educación y traspasar al mundo laboral y al diario vivir, donde nadie mire en menos a otra persona por ser distinta.

10. Innovación política

Los sistemas de organización social también deben evolucionar, dejando atrás la política partidista y rescatando lo positivo de ella para transformarse en entidades que sean total y absolutamente altruistas. Lo que conocemos como partidos políticos clásicos deben dar paso a organizaciones enfocadas al ciento por ciento en promover el bienestar para todos y no para el lucro personal de personas inescrupulosas que desean poder y dinero, en desmedro de otros.

Sé que es complejo innovar en este ámbito, ya que debemos crear nuevas formas de representar a la sociedad, pero también existe un amplio abanico de oportunidades para generar iniciativas que vayan en pro de la justicia social, la probidad y el avance en variados sentidos. Ya le dimos más de un siglo de tiempo a la política partidista tradicional y gracias a ellos estamos con los índices de desigualdad que tenemos, por lo que son arte y parte del problema que nos aqueja. Entonces es ilógico seguir confiando en el mismo modelo que nos ha separado como humanidad.

¿Es posible que los mismos que crearon el problema puedan dar la solución?

La respuesta la dejo en tus manos.

11. Hambrunas

En la actualidad, la Unicef ha alertado que existen 1 400 000 niños en riesgo de morir de hambre en Nigeria, Somalia, Sudán del Sur y Yemen. En estos cuatro países, donde hay personas que están muriendo de hambre, el Programa Mundial de Alimentos (PMA) ha alertado de que hay más de veinte millones de personas en peligro. Y esto es solo un ápice. Si miramos hacia atrás, la evidencia es abrumadora.

Si revisamos los casos, encontramos a Corea del Norte con 2 800 000 y 3 500 000 personas fallecidas por hambre entre 1995 y 1999; Camboya con 2 000 000 de personas entre 1970 y 1975; Somalia con 260 000 personas el 2011; Etiopía con 1 000 000 de personas fallecidas entre 1984 y 1985; entre 10 000 000 y 20 000 000 de muertos en China como resultado del Gran Salto Adelante de Mao Zedong a finales de la década de 1950, y la Unión Soviética con 8 000 000 de personas en los años treinta. Si fuéramos más agudos, encontraríamos mucha más evidencia en nuestro pasado y presente, lo que sin duda es un problema globalizado, y más aún cuando se calcula que la mitad de la comida se bota al tacho de la basura, mientras 800 000 000 de personas sufren de hambre en el planeta.

En su libro *Waste: uncovering the global food scandal*, Tristram Stuart señala que la pérdida de alimentos a nivel de los consumidores en los países industrializados (222 000 000 de toneladas anuales) es casi tan alta como la producción alimentaria total del África Subsahariana (230 000 000 de toneladas).

En Chile existe poca información respecto a los avances en esta materia, pero en el 2011 un estudio de la Universidad de Talca reveló que un 26 % de las personas dice comprar más alimentos de los necesarios, y el 95 % dijo que para ellos botar comida acumulada en el refrigerador es una práctica normal. Un tercio dijo que bota comida al menos una vez a la semana, y el 31,8 % reconoció que pierde entre \$ 6000 y \$ 10 000 al mes en comida que termina en la basura.

Un mundo donde se desperdicia un tercio de los alimentos y al mismo tiempo tenemos hambruna no es más que el reflejo del consumismo innecesario y la inconsciencia plena, lo que se traduce en billones de litros de agua malgastados, hectáreas completas perdidas y animales asesinados sin motivo alguno, lo que abre una gran oportunidad para que emprendedores de todo el mundo propongan soluciones para esta verdadera pandemia.

12. Desempleo

Partamos de la base de que el trabajo debería ser un derecho humano garantizado, ya que es responsabilidad del mismo sistema económico asegurárselo a la ciudadanía —obviamente en un sistema de libre mercado que permita premiar a quienes más sabiduría adquieran—, pero siempre y cuando el acceso a la capacitación sea de iguales condiciones para todos. No faltan personas que tachan los modelos colaborativos de comunismo y fascismo, dependiendo al amo que idolatren, pero esto poco tiene que ver con el sentido de generar una universalidad del trabajo como actividad libre y justa. Es verdad que siempre alguien tendrá menos, pero el punto no es que las personas ganen lo mismo, sino que recibir dinero no sea un factor determinante en quién eres y serás, por lo que no deberíamos ser

clasificados por cuanto ganamos, sino por cuánto sabemos y cuánto aportamos a la sociedad.

En mi libro anterior *Umanoz: metodología orgánica para proyectos sociales* abordé el caso de «Pegas con Sentido», iniciativa que promueve el empleo desde una mirada colaborativa, lo que sin duda es un avance en esta materia y un ejemplo a seguir para aquellos innovadores que diseñen productos y servicios con foco en el impacto social.

13. Salud digna

Los grupos económicos son dueños de los bancos, las pensiones, el comercio y también son dueños de la salud y las farmacéuticas. Lo que debería ser un derecho pasó a ser un negociado, y esa es la razón que diferencia una atención en la clínica Las Condes de una en la Posta Central de Santiago, lo que se traduce en una brecha inmensa entre un lugar y otro. Por esta razón, el Estado debe velar por una atención de calidad, tenga o no tenga dinero la persona que se atenderá. Deseo añadir que nunca he entendido por qué les llaman pacientes cuando lo último que tienen es paciencia debido a que urgen por tratarse.

Dicho esto, deberíamos tener una salud 100 % estatal, gratuita y de alta calidad. Aunque esto parece un sueño, sí es posible. Solo basta que los gobernantes de turno dejen sus egos de lado y construyan con todos los bloques políticos un acuerdo y posterior proyecto para estos fines. No quiero repetir los innumerables derroches de recursos que han hecho algunos corruptos en nuestro país, pero si uno tomara la calculadora podría fácilmente saber que con todo el dinero desperdiciado podríamos ya tener una salud gratuita de aquí a diez años, incrementado de forma gradual el beneficio. Se podría comenzar en los primeros

años con la salud gratuita para los niños, luego la tercera edad y, por último, la población económicamente activa.

Esto no necesariamente debe financiarse con más y más impuestos, sino descartando el modelo de Isapres de raíz y en su lugar remplazarlo por una estructura robusta del Estado que permita maximizar la utilidad de los ingresos en pro de las personas y no en beneficio de un par de viejos gordos millonarios.

14. Economía colaborativa

Intercambio de servicios, colaboraciones entre empresas que son complementarias y el diseño de innovaciones entre privados y el sistema público son algunos de los tipos de economía colaborativa en el mundo, cuya bandera es liderada por Airbnb y Uber. No entraré más a fondo en estas compañías porque sus casos ya son de conocimiento popular. Pero si es necesario comprender el principio de la economía colaborativa, el cual se sustenta en el *win-win*, donde los actores se ven beneficiados y la irrupción de estas iniciativas se presenta como radical y disruptiva, generando nuevos mercados apoyados siempre en la tecnología como base del producto/servicio.

Entre las características de la economía colaborativa están:

1. La reutilización de bienes en desuso.
2. El dinero no siempre es el sistema de cambio.
3. Nada es estable y todo evoluciona.
4. La referencia y el boca a boca son la clave.
5. Se sustenta en la viralización de contenidos.
6. Es amigable con el medio ambiente.
7. Promueve el bienestar colectivo e individual.
8. Tiene la innovación como eje.

15. Criptomonedas

Como última tendencia destaco el surgimiento de las criptomonedas como elemento de libertad financiera, ya que para poder operar en la compra y venta de estos activos la banca tradicional queda excluida y los operadores son más bien innovadores de la nueva era que defensores del sistema tradicional. La evidencia de esto es que las criptomonedas no son miradas con buenos ojos por parte de los vetustos banqueros.

Es importante aclarar que así como existe el mercado tradicional existe el mercado de las criptomonedas. El primero es liderado por el dólar estadounidense (mal llamado «dólar americano») y en el segundo por el Bitcoin, y así como existen monedas mucho menos influyente que el dólar, en las criptomonedas también existen tokens y monedas de menor tracción. Sin embargo, el creciente *boom* por las criptomonedas ha permitido que otros activos similares cobren popularidad, entre ellos Ripple, Dash, Litecoin, NEO, Miota, Cardano, Stellar, Tron y Ethereum. Esta última ha cobrado suma relevancia y en la actualidad y es igual de influyente que el Bitcoin.

Una de las ventajas de las criptomonedas es el crecimiento exponencial a lo largo del tiempo y la rentabilidad que ellas arrojan. No obstante, sus críticos las han tachado de activos volátiles como un aspecto negativo, mientras que desde mi óptica tal volatilidad permite ventas en breves periodos que arrojan nutridos dividendos. Estas ventas en corto antes eran impensables, ya que para comprar y vender acciones uno tardaba días, mientras que ahora todo se puede realizar en tiempo real mediante operadores como Etoro, Binance y los chilenos de Orionx. En el caso de la rentabilidad, existen activos que han rentado por sobre el 40 % en un día y hasta 600 % en una semana, lo que si bien es

totalmente beneficioso requiere de una mayor atención por parte nuestra para disminuir la brecha del riesgo, producto de un eventual movimiento brusco en los precios.

Aunque no soy un experto en criptos, puedo decir que existen dos estrategias, desde mi punto de vista, eficientes: la compra y venta en corto y la inversión a largo plazo. La primera dada la oportunidad que ya expliqué y la segunda debido a que el mercado completo de las criptomonedas está en crecimiento. En el caso de esta última recuerda siempre la frase de Warren Buffet: «Algunas cosas necesitan tiempo. Nueve mamás no hacen un bebé en un mes».

EMPREDIMIENTO SOCIOCONSCIENTE

Con las tendencias identificadas podemos entender el escenario en el cual estamos insertos, y a partir de este entendimiento asumir que debemos reformular nuestro estilo de vida para alinearnos con un futuro propósito personal y con el propósito de nuestra *startup*. Para ello he creado un puente que conecta la ruta del autoconocimiento con el emprendimiento. Este nexo es lo que llamo emprendimiento socioconsciente.

Para hablar de emprendimiento socioconsciente es necesario saber qué es consciencia, así como igual de importante es diferenciar entre ‘consciencia’ y ‘conciencia’. La consciencia es la capacidad del ser humano para percibir la realidad y reconocerse en ella, mientras que la conciencia es el conocimiento moral de lo que está bien y lo que está mal. Ambos términos derivan de la misma raíz etimológica: el vocablo latín *conscientiā*.

Tomando eso en cuenta, lo relevante es comprender que el concepto ‘consciencia’ se relaciona con nuestro avance evolutivo, ya que al ser una capacidad del ser humano puede ser

corregida y, sobre todo, activada, mientras que «conciencia» es el acuerdo tácito que hacemos los seres humanos para mediar aspectos sociales y tacharlos como negativos o positivos.

Cuando comprendí e interioricé el concepto de consciencia me di cuenta de que las distintas definiciones de emprendimiento social quedaban cortas frente a la amalgama entre ambos significados. Y automáticamente, como mentor y asesor de emprendimientos e innovaciones, observé que no bastaba con tener una buena intención y un producto/servicio con foco en la sociedad, sino también que es necesario un cambio en el equipo emprendedor que les permita a las personas alinearse de mejor manera con su creación, al mismo tiempo que el impacto pueda aumentar y tener un sentido más amplio. Es decir, un espacio donde emprendimiento y consciencia se unan como elementos que se refuerzan entre sí.

Esta es la razón de por qué acuñé el concepto de emprendimiento socioconsciente, con el fin de ir más allá de lo que conocemos hasta el momento.

De esta forma, emprendimiento socioconsciente es:

Tipo de emprendimiento que proviene del altruismo y el amor incondicional hacia el prójimo, sustentado en una problemática social o medioambiental, y que se manifiesta por medio de un producto, iniciativa o servicio que promueve la compasión e inspira a otros. Nace desde la consciencia de un individuo y se transmite a la sociedad como una acción de cambio colaborativo.

Es importante aclarar que, desde mi perspectiva, las definiciones son factores alterables con el tiempo, debido a que como sociedad estamos en constante cambio, por lo tanto, nuestras interpretaciones de la realidad también. La verdad, espero que este concepto sea

mejorado por otros autores y que por ningún motivo sea considerado absoluto. Esta es la explicación de por qué aprender conceptos y definiciones es algo irrisorio en esta era y forma parte del romanticismo de algunos defensores del sistema tradicional.

Ahora alguien podría pensar que, al referirme a este tema, generar definiciones y explicitar ejemplos relacionados con la consciencia, soy una persona plenamente consciente; y eso no es así. Al igual que tú, yo aún estoy activando mi consciencia en distintos planos, y esto no es un trabajo de un día para otro, es un proceso de aprendizaje que puede durar toda la vida, lo que no es malo ni bueno, solo es. De hecho, este camino también es nuevo para mí. Antes del año 2017, no solo era una persona inconsciente, sino que también mis actos generaban daños a otras personas de forma reiterada, y para qué hablar de otros seres vivos...

Si me preguntaran cuál fue el detonante para mi cambio, puedo afirmar con suma claridad que fue la alimentación. Cuando logré comprender lo egoísta que era y cómo la alimentación fomentaba actos inconscientes y dañinos para otros, fue cuando entendí que yo no era el centro del universo, sino más bien una parte de un todo. De tal forma, al aplicar la autocrítica muchas veces nos culpamos y nos resignamos, y la verdad es que la palabra «culpa» la deberíamos eliminar de nuestra mente y reemplazarla por «responsabilidad». Por otro lado, no deberíamos resignarnos, sino más bien aceptar. La resignación se vive con pena; la aceptación, con calma y bienestar.

Estos conceptos de los que hablo no son solo parte de una lectura aguda, sino más bien provienen de grandes maestros a los cuales escuché con detenimiento, con apertura y humildad, debiendo reconocer mis errores sin culpa y con autocompasión, como elementos claves del autoconocimiento y dando los primeros pasos en el campo de la espiritualidad. Por eso es importante entender que las

respuestas para el futuro no están en los libros, están en nosotros y en cómo modificamos nuestro comportamiento para impactar de forma positiva nuestro entorno físico y social.

No me malentiendas, soy un buen lector y amante de los libros, pero estos son complementos de algo mucho mayor que es el cambio personal, y en ese cambio siempre será necesario un guía, para tener claridad en la activación de la consciencia.

Al igual que en el emprendimiento el mentor da valor al negocio, en la activación de la consciencia un guía es fundamental.

EL CASO DE MÁSTER PROFE

Corría el año 2015 cuando en Origo Lab creamos Máster Profe, que en sus comienzos fue un programa para que los docentes adquirieran conocimientos en materia de innovación y emprendimiento, pudiendo aplicar las metodologías de estas materias en el aula.



En ese tiempo nuestra empresa tenía el foco puesto más en la innovación tecnológica que en la social y educativa, y fue así como presentamos cuatro propuestas a Corfo, donde Máster Profe era quizás la más débil. Para nuestra sorpresa, el proyecto fue aprobado y los otros tres rechazados.

Frente a ello, decidimos continuar con la ejecución del programa y llevamos esta primera versión a la región de Los Lagos. Ahí trabajamos con veinte escuelas, la mayoría de ellas de sectores vulnerables, en donde este tipo de iniciativas son muy escasas.

En ese entonces los contenidos de Máster Profe eran distintos, pero su estructura la mantenemos hasta el día de hoy:

1. *Workshops*

En esta etapa realizamos un ciclo de talleres donde se capacita a los docentes en el método de Máster Profe y se aplican



metodologías de innovación y emprendimiento como Design Thinking, Canvas, Customer Development, Trabajo Colaborativo y Pitch. Con el tiempo integramos Storytelling, Power Pitch Method y RUTTA. Además, Máster Profe cuenta con dinámicas y juegos propios para ser aplicados en el aula.

2. Ejecución de desafíos

En esta etapa las y los profesores aplican dos desafíos: una clase piloto donde se ejecuta el método de Máster Profe con alumnos y la elaboración de un proyecto docente de emprendimiento realizado con grupos formados en los *workshops* iniciales.



3. Pitch Day

En esta eventualidad los docentes presentan sus proyectos en formato *pitch*, en no más de cinco minutos, para luego responder las

consultas de un jurado de expertos en innovación y emprendimiento. Además, reciben retroalimentación para generar mejoras sustantivas en diversos aspectos.

En esta primera versión que realizamos en Puerto Montt, específicamente el segundo día del ciclo de talleres, conocí a una pareja de profesores que había viajado desde una localidad lejana, y para llegar al centro de eventos había tomado una barcaza, luego un bus y por último un colectivo, lo que les llevó casi tres horas. Además, me contaron que trabajaban en una zona de pocos habitantes, con una cantidad de alumnos muy baja, por lo que entre ambos cubrían los roles de director, inspector, profesor, auxiliar, etc. En otras palabras, les tocaba hacer de todo.



Mientras ellos me comentaban esto, pensaba: «Estas personas han viajado cientos de kilómetros para venir a aprender nuevas técnicas que aporten a sus alumnos. Eso se llama

vocación». Lo que nunca supieron ellos es que desde ese día se activó algo en mi mente. Sentí admiración por estas personas y fue así como me propuse profundizar en los aspectos de la innovación educativa.

Desde ese día a la fecha Máster Profe se ha ejecutado a lo largo de todo Chile y ha sido financiado por Corfo, mediante sus programas PAEI y Viraliza, en las regiones de La Araucanía, O'Higgins, Los Ríos, Aysén, RM, Atacama y Antofagasta. Además, en cada programa hemos empaquetado herramientas finales como el manual de Máster Profe, el kit de juegos, una plataforma *e-learning*, el libro de Máster Profe y un documental de la experiencia. En resumen, hemos impactado a 29 940 alumnos, 396 docentes y 207 establecimientos educacionales en Chile. Hoy Máster Profe dejó de ser un programa y pasó a ser una innovación educativa con componentes sociales y socioconscientes.

Esta labor, sumada a otras eventualidades, forjaron mi propósito de vida: «Ayudar a otros a que se ayuden a sí mismos y aprendan a ayudar a los demás». Esta frase la he llevado como estandarte y cada día soy más fiel a mi propósito, gracias a esas dos personas que me abrieron los ojos y me mostraron el verdadero altruismo social.

Luego de Máster Profe creamos el juego financiero para niños 7x7, el sistema de torneos de innovación Creadores, el primer cómic de innovación y emprendimiento Legión Inn y, hoy día, estamos trabajando en Qlever, quizás la más importante creación de nuestra empresa. A esto se le suma que desde el 2019 somos ATE y podemos acceder de mejor forma a escuelas vulnerables de todo el país. Gracias a Máster Profe miles de familias se han visto beneficiadas y también el equipo de Origo Lab se ha retroalimentado de esta hermosa experiencia.

Por mi parte, no tengo hijos y no tengo ganas de tenerlos, pero día a día me levanto pensando en cómo mejorar la educación para todos los niños, incluyendo los tuyos, si es que eres mamá o papá, y te aseguro que en el futuro enrumbaremos el camino para que los sistemas de aprendizajes sean cada vez más inclusivos, empáticos y conscientes. Ya no se trata del «yo», ahora se trata del «nosotros».



Imagen. Talleres de Máster Profe Antofagasta.

Capítulo 2

EL MUNDO DE LAS EMOCIONES

En el capítulo anterior revisamos el contexto mundial y la influencia negativa del sistema tradicional y sus tres pilares, y cómo a partir de las problemáticas generadas por ellos han surgido desafíos para innovadoras e innovadores. A eso, le sumamos la importancia del emprendimiento socioconsciente como la corriente del mañana.

Ahora que conocemos el escenario entraremos al mundo de las emociones y sus derivados, con el fin de promover el autococonocimiento y lograr establecer propósitos fieles a tus principios y valores, tanto para ti como para tu iniciativa empresarial.

A partir de lo anterior, podríamos decir que si cada ser humano controlara sus emociones y midiera sus actos, quizás la mayoría de las guerras que han ocurrido se hubiesen evitado, pero como es ilógico culparnos por el pasado, solo nos queda mirar hacia adelante y rectificar los que hemos sido para obtener, por consecuencia, una sociedad más libre y justa, y esto solo se puede lograr con el consenso mayoritario e idealmente universal.

Por otro lado, es importante aclarar que todos los seres humanos estamos contruidos de tres aspectos: cuerpo, mente y consciencia. Esta última es parte de nosotros mismos, y a pesar de que la sociedad la contamine y la deje relegada durmiendo, cual oso que hiberna, podemos revertir esa situación. Pero ¿por qué la consciencia duerme si es una parte esencial nuestra? Para obtener

esta respuesta debemos remontarnos a cuando tú y yo éramos pequeños y, como es natural en todas las niñas y los niños, éramos egocéntricos. El egocentrismo es natural en etapas tempranas, debido al apego seguro que necesitamos para construir nuestra autoestima. Es incentivado por nuestros tutores, progenitores, profesores, amigos y familiares y nos posiciona en el centro del mundo sin asimilar que existen otras personas igual de importantes que nosotros.

Sin embargo, el gran error proviene de extender ese proceso del apego seguro más allá de los seis años. Es ahí cuando obtenemos personas en exceso mimadas que luego no pueden ser independientes ni autónomas. A esto se le suma un fenómeno que ocurre luego de los seis años, y hasta las ocho, que es la división del «yo», como le llamo.

Recordemos, como un paréntesis, que por naturaleza los menores de seis años son egocéntricos, ya que no han tomado conciencia de la existencia plena de otras personas y que estas son igual de importantes que ellos, lo que no es negativo ni positivo. Es importante señalar que esta sociedad castigadora ha utilizado el concepto ‘egocéntrico’ casi como un insulto, y la realidad es que el entendimiento es mucho más profundo que eso.

Continuando con la división del «yo», entre los seis y ocho años los menores comienzan a dejar el egocentrismo natural y comienzan a entender que existen otros seres vivos; que, a pesar de ser seres únicos, no somos el centro del universo, sino por el contrario, una parte ínfima de él. En ese momento se abren dos caminos: el primero es el de nuestra esencia, en el que nos apegamos al bienestar de nuestra mente, consciencia y cuerpo. El segundo camino es la creación de un personaje ficticio, distinto y hasta contrario de nuestra esencia, que se crea de forma inconsciente para acoplarnos a la sociedad y no ser rechazados, alejándonos de lo que somos en

realidad y emulando lo que la mayoría inconsciente promueve. Este personaje, lo que llamamos el «falso yo», no es más que «el ego».

EL EGO Y SUS CUATRO BLOQUES

En una rápida búsqueda en Google lograrás ver que la mayoría de las definiciones conceptualizan el ego como la sobrevaloración del yo o lo asocian a la teoría de psicoanálisis de Freud, específicamente en el «yo» y su capacidad de mediar entre el «ello» y el «superyó». El primero representa nuestra parte instintiva y animal y el segundo es la instancia psíquica que vela por el cumplimiento de las normas morales.

Sin embargo, si profundizamos en esta materia encontraremos que el ego es mucho más que la simple sobrevaloración del yo, y esto lo podemos encontrar en varios autores que ahondan en el concepto; sobre todo en la psicología budista que expone las manifestaciones del ego como algo mucho mayor y que muy bien define un maestro que tuve en esta materia como: «La caracterización positiva o negativa de nosotros mismos o de otros».

Esta descripción es, desde mi punto de vista, la más acertada porque abre un nuevo entendimiento de esto que llamamos ego, y aclara que no solo se desborda cuando nos sobrevaloramos, sino también cuando nos disminuimos como personas o le asignamos características positivas y negativas a otros. Esto explica por qué las suposiciones, juicios, prejuicios y especulaciones son simples manifestaciones del ego.

Es importante aclarar que el ego jamás se elimina, más bien se controla, ya que es parte intrínseca del ser humano. Esto nos hace ver que el ego no es un enemigo o un defecto nuestro, por el contrario, es el elemento que nos permitirá ecuanimidad si lo modelamos y controlamos sin hacer daño a terceros.



Para el emprendedor socioconsciente es clave tener bajo control el ego, ya que al estar desbordado vamos a tender a sobrevalorar o menospreciar nuestra capacidad, o peor aún, podemos caracterizar de la misma forma a nuestros clientes, y no podemos darnos el lujo de entender de forma distorsionada el mercado. Nuestro deber como emprendedores es ser 100 % empáticos con el segmento que abordamos.

Sin embargo, es muy difícil acercar esta conversación a las personas, ya que paradójicamente los seres humanos nos sentimos incómodos cuando hablamos del ego, debido a que quedan expuestas nuestras emociones más negativas, como el egoísmo, la envidia, el enojo, la rabia, la pena y la desilusión,

entre otras. Para hablar de ego y reconocer nuestros errores hace falta valentía y transparencia, y como sabemos estos dos atributos son muy escasos en la sociedad egoísta e individualista en la que estamos atrapados.

Para aclarar con mayor fuerza este punto he creado ‘el Cuadrante del Ego’, el cual define con claridad la caracterización positiva o negativa de nosotros mismos o de otros.

1. Caracterización positiva del yo

Es clásica la sobrevaloración del yo, donde nuestro ego nos hace creer que somos superiores en algunos o todos los sentidos respecto a otros seres vivos, asignándonos características que en realidad no tenemos. Las personas que se ven influenciadas por el ego en este cuadrante luchan de forma constante por mantener una imagen, sobre todo apegada al materialismo. Por eso no es raro escucharlas hablar de dinero, vehículos, propiedades, y hasta las reuniones de apoderados del colegio donde estudian sus hijos es una potencial fuente de negocios.

En el trabajo pueden llegar a hablar con un tono distinto para resaltar, dejando entrever que pertenecen a una clase social más alta, lo que llamamos coloquialmente «hablar con la papa en la boca». A este bloque del ego le interesa demasiado la opinión del resto, y al ser negativa se deprimen y frustran, al igual que cuando la falta de contenido queda en evidencia y la ignorancia sale a la luz.

Estrategia para reducirla

Reducir el materialismo, integrar contenido y sabiduría, hablar desde el conocimiento, entender que no eres el centro del mundo ni la cúspide de él, dejar de esperar halagos, meditar, ser simplemente tú y vivir el ahora.

2. Caracterización negativa del yo

Este bloque es el más delicado de tratar, ya que el ego, así como levanta irrisoriamente el yo, también puede reducirlo a cenizas. Esta es la voz interna que te dice: «Tú no puedes», «no lo lograrás», «esto no es para ti», «nadie te quiere», «nunca serás feliz», «ríndete» y una serie de barbaridades que las personas se niegan a reconocer que pasan por su mente, pero por dentro saben que es así. Porque el ego castiga, culpa y luego se esconde, intentando disminuir al máximo tu esencia, lo que eres y tu potencial de amar la Tierra, los animales, a otras personas, en especial a ti misma o a ti mismo. Esta expresión del ego nos mantiene en constante sufrimiento y puede detonar en cuadros de ansiedad, depresión o condiciones mucho más graves. Aquí mismo se levantan las barreras con todo lo que sea positivo para nuestras vidas, tanto así que muchas personas se encierran frente al asecho de sus propios miedos y temores, destruyendo su autoestima y su esencia.

Estrategia para reducirla

Entender que uno no es su pasado, eliminar los «yo quiero» y los «yo siento», atreverse a hacer cosas distintas, ampliar el círculo social, entender que eres una persona maravillosa que puede amar y ser amada, dejar la culpa de lado, aceptar más que resignarse, meditar y sobre todo ser tú y vivir el ahora.

3. Caracterización positiva de otros

Cuando sobrevaloramos a otras personas es cuando el ego cae en el fanatismo religioso, deportivo o político, lo que también se puede apreciar en la sobrevaloración de la pareja, de una amistad, un colega o hasta un artista de la televisión. De esta forma,

el ego se apoya en la vida de otro para vivir una falsa plenitud a falta de valor para enfrentar nuestra misma esencia. Toda nuestra vida gira en torno a otros y sus cualidades supuestamente positivas. Este punto es crucial, ya que la sobrevaloración en sí es negativa, pero la sobrevaloración de lo que no existe ya es un problema de una envergadura mucho mayor.

Estrategia para reducirla

Volver a encontrarse con uno mismo, generar autocompasión constante, reforzar el autoestima, dejar los fanatismos de lado, meditar y lo más importante: ser tú y vivir el ahora.

4. Caracterización negativa de otros

El aspecto más negativo de nosotros en cuanto a la sociedad es la caracterización negativa de otras personas de forma injustificada y sin argumentos, la cual proviene, por lo general, de la envidia, los celos y el odio. Su base siempre es infundada y carece de todo respaldo. Existen varias manifestaciones de este tipo de ego, siendo muy comunes la especulación, las suposiciones, los juicios y los prejuicios. En mi país existe algo llamado «chaqueteo», término que se traduce como el constante desprecio y cambio de perspectiva por intereses propios. Se podría considerar uno de los alimentos preferidos del ego.

Hablar a las espaldas de otros, también conocido como «pelambre», es una manifestación más de nuestro ego, al igual que enrostrar el pasado a las personas.

Estrategia para reducirla

Admirar en vez de envidiar, dejar de centrarse en otros, reducir suposiciones, especulaciones, juicios y prejuicios, pensar antes

de hablar, reforzar la seguridad en uno mismo, meditar y sobre todo ser tú y vivir el ahora.

Es importante destacar que esta brecha entre nuestra esencia y este personaje donde habita el ego se llama disonancia cognitiva y es precisamente el *gap* que debemos reducir para lograr controlarlo. Luego de eso, quien construya el propósito de vida no será tu ego sino que serás tú, con todas estas características maravillosas que la naturaleza te dio.

Esto es un cambio que debe ocurrir de forma parcial y consciente, y no a tontas y a locas en un día. Para ello debemos procesar y activar el autoconocimiento.

EL AUTOCONOCIMIENTO

Todo camino tiene un comienzo y en nuestro caso es lo mismo. Por eso se hace necesario comprender que para lograr un propósito fiel es menester saber quiénes somos como personas y de qué está construida nuestra escala de valores. Para ello el principal punto de partida es la autocrítica. Desde aquí, podemos construir lo que será nuestra ruta del autoconocimiento y el camino hacia la plenitud y la felicidad. Pero no confundas autocrítica con culpa. La primera viene desde lo positivo, no así la culpa que se genera en un escenario negativo, motivada por el segundo bloque del ego.

Distintos autores han asignado un principio y un final al autoconocimiento, como si este fuera un proceso finito. Nada más lejos de la realidad, ya que debemos entender que el autoconocimiento nunca concluye, salvo cuando nuestro cuerpo y mente dejen este plano.

Dicho esto, reconozco las cuatro etapas en este proceso, las cuales defino de la siguiente forma:

1. Calma y conexión

Es el primer paso en el autoconocimiento y se caracteriza por la conexión con el ser y la activación de la consciencia como herramienta de avance. Es aquí cuando asimilamos que la calma es algo fundamental para avanzar. Sin calma, no se puede acceder a las siguientes etapas, ya que por más que tengamos acceso a la información, el entendimiento será distorsionado. Por lo tanto tendremos un placebo de consciencia y quizás caigamos en el limbo de la religión y/o el fanatismo, lo que nos alejará del verdadero fin que es conocernos.

Para obtener calma hay que ejercer dos acciones: la primera es meditar y la segunda es generar autocrítica, reconociendo los errores y el daño que se ha causado. Luego de obtener calma es el momento de revertir ese daño, si es posible, y cambiar de raíz nuestra forma de ser para no repetir prácticas similares. Es en este punto cuando debemos lograr la ecuanimidad —a la cual le daré un apartado especial más adelante.

Por otro lado, hay que considerar que este proceso debe ser, de preferencia, guiado por un tercero, con el fin de facilitar la asimilación y reducir la lucubración que tanto le gusta instaurar al ego y sus cuatro formas.

Otro factor es la alimentación. Y en este punto quiero ser bien enfático, porque me costó bastante controlar mi ego para superar esta barrera. Como todos sabemos, el sistema tradicional nos instauró una forma de alimentarnos, la que no solo es negativa para nuestra salud, sino también para nuestra conexión con la naturaleza, lo que sin duda es un cambio complejo de corregir.

Si recordamos las diez leyes de la empatía, señaladas en la introducción de este libro, veremos que es clave medir nuestros actos y las consecuencias de ellos, y eso significa que no existe

carnívoro consciente, si no, ¿cómo explicamos que por un lado promovemos el amor y por otro esta industria genocida? ¿Acaso mi vida vale más que la de otros seres? Lo mismo ocurre con el especismo y aquellas personas que dicen amar a los animales, pero se los comen. ¿Existe algo más contradictorio que eso?

Esto fue una barrera que me costó entender y asumir, pero cuando lo hice lo acepté del corazón y hoy puedo decir que miro con amor a los animales no humanos, indistintamente de su especie. De la misma forma debemos tener conciencia respecto al medioambiente y al punto que hemos llevado al planeta, lo que nos mueve a corregir actitudes y formas de operar en el diario vivir.

Esto te ayudará a conocerte a fondo, ya que quiebras un hábito para formar otro mejorado y mucho más consciente contigo y con los demás. De esto se trata este juego, de cambiar, de mejorar, de avanzar y, por ende, de evolucionar.

2. Entendimiento energético

Una vez que encontramos la calma y nos conectamos con nosotros mismos, es momento de entender de qué estamos hechos a nivel de cuerpo, mente y conciencia, y cómo interactuamos con el micro y macrocosmos. Para ello la ciencia ha avanzado bastante, en especial desde la Geometría Sustentable, también conocida como Geometría Sagrada, y la Psicogeometría, que explican desde las matemáticas, la química, la astronomía y la física el funcionamiento del universo y nuestra conexión con él. Tan precisa es esta disciplina que su base se sustenta en la proporción áurea dictada por el número irracional phi (1,6180339887498948) y su maravilloso rol en la fractalidad universal, la misma que podemos encontrar en las plantas mediante la filotaxis. Este entendimiento se refuerza con las

proporciones dictadas por el número pi que nos enseñaron en la escuela (3,1415) y del número euler (2,71828).

Es así como a partir de la proporción áurea se ha logrado descubrir los mayores avances científicos, más aún cuando se ha integrado el funcionamiento de la energía electromagnética y la gravitatoria, la primera dictada por el fotón en caos y la segunda como el punto de implosión para ese fotón, asignando a ellas la representación del género masculino y femenino, al igual que el yin y el yang, complemento de una misma existencia.

De aquí se desprende la importancia de los sólidos platónicos y su implicación en el control energético y el manejo de sus campos a nivel de cada ser, lo que se conecta también con los siete chakras.

Esta proporción áurea, representada también por la sucesión de Fibonacci como base, ha sido inspiración para grandes obras como *El hombre de Vitruvio* y *La Gioconda*, de Leonardo Da Vinci, hasta la multiplicidad de obras de Salvador Dalí. Incluso está presente en construcciones romanas, griegas y las pirámides de Egipto.

No me extenderé en esto porque es un tema muy amplio, pero te recomiendo investigar sobre los alcances de la proporción áurea.

3. Sanación compasiva

Entendiendo el plano anterior podemos controlar nuestro campo energético, generando apertura desde el altruismo. Esto que puede sonar «tirado de las mechas», como decía mi madre, no es más que la disposición que uno genera al interactuar con otros. De hecho, se han realizado estudios para medir la frecuencia energética de nuestro cuerpo al aplicar compasión, risa y felicidad, y siempre esta vibración apunta a la positividad y la proporción áurea, lo que sin duda es una maravilla. Controlando esto,

se puede aplicar la autocompasión con suma efectividad y luego emplear la compasión con otros en sus tres pasos:

1. Observar, escuchar y comprender el sufrimiento del prójimo.
2. Ponerse en el lugar del otro, ser empático.
3. Ayudar al otro a eliminar el origen de ese sufrimiento.

Sin embargo, es importante respetar una regla: nunca des consejos si no te los han pedido y nunca fuerces la ayuda si alguien no quiere sanar. Y cuando digo sanar me refiero a nivel, no solo físico, sino también mental y de consciencia.

En la actualidad, la medicina integrativa considera estos conceptos de forma fiel, sin embargo, el sistema tradicional se ha encargado de menospreciar a estos profesionales de la salud, entre los que hay médicos, psicólogos, psiquiatras, dentistas y una serie de personas que han visto en la medicina alópata un sistema plagado de contradicciones.

Es verdad, la medicina tradicional ya cumplió su etapa y es momento de que esta deje de ser un negociado y una fuente de lucro para farmacéuticas y grandes conglomerados de la salud. El bienestar está más cerca de lo que pensamos, solo debemos conectarnos con la naturaleza y sus atributos.

4. Espiritualidad y plenitud

Una vez completado los tres pasos anteriores puedes acceder a una calma plena que te permita llevar a cabo un camino mucho más profundo y acabado en el campo de la espiritualidad. En este caso, no hay palabras para describir fielmente lo que debería ser correcto. No hay fórmulas precisas para este avance, dada la infinita cantidad de variables que podemos encontrar. De hecho, aún no dimensiono de forma plena este bloque, por lo que sería irresponsable ahondar en él. Lo que sí te puedo decir es que la

respuesta no está en el exterior. Si logras navegar en las tres etapas anteriores, de seguro sabrás de qué estoy hablando.

Es importante tener presente que el autoconocimiento es un proceso que aclarará bastante quién eres y ayudará a definir el propósito más fiel a tu persona.

ECUANIMIDAD, AUTORREGULACIÓN Y RESILIENCIA

Una de las metas que tiene el autoconocimiento es la obtención de la calma por medio de la meditación, pero este no es el único beneficio, ya que también se logra alcanzar la ecuanimidad mediante las practicas contemplativas, siendo esta una forma de equilibrio emocional y mental en la que la aversión y el apego son polos que debemos soltar de nuestro control.



Entre los beneficios que posee la ecuanimidad están:

- La calma y la tranquilidad.
- El control de las emociones.
- La claridad mental.
- La activación de la consciencia.
- La humildad frente a la grandeza de la naturaleza.
- El bienestar físico.
- El ajuste del ciclo circadiano.

- La paz interior.
- La toma correcta de decisiones.
- La mejor perspectiva para aplicar soluciones a los problemas (salir de la caja).
- El aumento de la empatía.
- La interiorización de la compasión.

Una persona ecuánime sabe que la ecuanimidad logra un balance interior que permite saber con claridad lo positivo y negativo para uno. Además, permite que no nos veamos afectados por acontecimientos difíciles, pero tampoco por aquellos que nos hacen perder la cabeza cuando nos va muy bien.

Para pensar de forma óptima y lograr la ecuanimidad debemos aplicar la atención plena (*mindfulness*) y promover la calma. Dentro de los factores claves para lograr la calma y un estado más consciente está la meditación. En este ámbito es importante reconocer que existe un principio básico de por qué necesitamos meditar, que radica en algo que sabemos pero que pocas veces ejecutamos: las mejores decisiones se toman en calma y la calma se obtiene reduciendo lo que nos hace sufrir. El proceso para lograrlo es la meditación. Con ella obtenemos esta capacidad de estar tranquilos con nosotros mismos y con nuestro entorno, lo que se traduce en bienestar.

Antes de lograr la ecuanimidad siempre viene la calma, como ya señalamos, así que te dejo un ejercicio de meditación que siempre me gusta compartir.

Para practicar la calma utilizaremos una técnica que se llama Samatha. Esta técnica de meditación proviene de doctrinas milenarias y busca precisamente eso. Para ejecutar dicha técnica, trata de estar en un lugar en silencio y sigue los consejos de la figura para lograr la posición.

1. Aplica Padmasana o posición de loto. Es una asana o postura de meditación sentada con las piernas cruzadas, cada pie ubicado encima del muslo opuesto. En caso de no poder hacerla por flexibilidad, puedes comenzar tan solo cruzando de forma simple las piernas.
2. Espalda recta empleando como base el periné.
3. Mantén tus hombros hacia atrás, sacando pecho.
4. Tu mentón debe estar paralelo al piso.
5. Los ojos pueden estar cerrados o entreabiertos.
6. Lengua pegada al paladar.
7. Manos una sobre otra a la altura del bajo vientre.



Imagen. Técnica Samatha

Durante veinte minutos inhala y exhala por la nariz, concentrándote tan solo en la respiración. Si la mente se va a otros pensamientos (rumiar), debes esforzarte en volver a observar tu respiración.

Si deseas avanzar de forma notoria en esta materia medita todos los días durante veinte minutos.

Cuando meditar se transforma en un hábito es cuando la autorregulación comienza a ser un proceso fisiológico instaurado en las personas y es precisamente el momento en que debemos aprender de este camino para consolidar la resiliencia como característica personal. Ser resiliente no es llegar y ponerse de pie, es tomar consciencia de que has tenido una caída, aceptar el fracaso, aprender de él y revertir la situación con una solución acorde a tus ideas y tu potencial.

Ser resiliente es dejar de lado la resignación y comenzar con la aceptación como un hábito instaurado en nuestro ADN. Solo así lo lograremos. Debemos recordar que en el peor escenario es cuando se presentan las oportunidades.

Recuerdo haber escuchado a un *speaker* diciendo, en estas charlas de emprendimiento, que la resiliencia no es una opción, sino más bien el único camino lógico. Piensa por ejemplo que cavas un hoyo con una pala, que sea el triple de tu altura, te metes en él desnudo e intentas salir. Te darás cuenta de que costará salir, pero más si sigues cavando más hondo con las manos.

Considero que la resiliencia es una característica que, al igual que la consciencia, se activa. Siempre ha estado en ti, es parte de lo que conforma al ser humano, no es algo que tenga que forzarse en uno. Más bien es una parte que ha estado durmiendo en ti y se activará desde tu positividad y ganas de resolver problemas personales y externos. Puedes verlo como un pequeño poder que todos tenemos y que en los peores momentos debe salir en tu defensa.

Por último, nombra siempre las cosas como son. Fracaso es fracaso, fracaso no es aprendizaje. El aprendizaje es una consecuencia de la aceptación del fracaso, y como sabemos no todos lo aceptan. Por lo tanto, no todos aprenden de él. En ese componente de aprendizaje la resiliencia es clave para dicho proceso.

SOCIOEMOCIONALIDAD Y EMPRENDIMIENTO

Me cautiva saber que existe un campo unificado entre el mundo interior, representado por las emociones, y el exterior, representado por la sociedad. Este punto de encuentro no es más que la interacción entre el «yo» y el mundo donde conviven el resto de los seres vivos. Recordemos que esta interacción ocurre de forma consciente entre los seis y ocho años de vida humana, período en el cual la disonancia cognitiva se hace presente.

Pero existe la posibilidad que una niña o niño pueda ser criado bajo una educación donde se fomente la libertad creativa, a partir del desarrollo de habilidades y el descubrimiento de talentos, combinada con un contacto empático con la naturaleza y los animales, con hábitos como el deporte, el trabajo colaborativo, la correcta ingesta de macro y micronutrientes y el óptimo proceso de un apego seguro en los primeros años, entre otros hábitos recomendables.

En este caso, el encuentro con la sociedad, entre los seis y ocho años, puede ser distinto y no necesariamente generará un acoplamiento social con una extensa brecha de disonancia cognitiva; por el contrario, puede ser una oportunidad para que ese contacto sea desde un entendimiento mucho más consciente.

Esto ocurre en la sociedad de forma plena o parcial y en ambos casos se forman personas que terminan destacando en lo que más les gusta hacer, y el emprendimiento no está fuera de

esto ya que al igual que como cualquier actividad también puede ser considerado un *hobby* y/o una vocación.

Sin embargo, debemos ser sensatos: nos todos pudimos tener una educación consciente antes de los ocho años. Eso no significa que estaremos condenados a ser malos emprendedores, más aún si consideramos que nunca es tarde para generar cambios que nos beneficien. Por lo mismo, debemos revisar aquella parte de esta historia que nos saltamos para alcanzar el conocimiento, el entendimiento y el control de nuestras emociones.

Un emprendedor debe estar en ecuanimidad y en control de la emociones porque así puede interpretar de mejor forma los dolores de las personas, las oportunidades económicas y las problemáticas sociales. Para ello debe seguir los siguientes pasos:

1. Cuando sientas una emoción negativa, identifícala y obsérvala.
2. Busca cuál es su origen.
3. Acepta y revierte esa emoción negativa a positiva.
4. Obtén aprendizaje del proceso.
5. Intégralo como herramienta de control emocional en tu diario vivir.

Ejercitando el control emocional, en los problemas del diario vivir, tendremos un cambio radical de perspectiva y en nuestro estado base. Así ganaremos otro punto en este camino para la creación del propósito personal.

Sin embargo, no tenemos que olvidar que las emociones obedecen a estímulos y estos provienen desde una compleja red de neuronas que trabajan de forma diferente al procesar la información. Howard Gardner lo estudió y aplicó a su Teoría de Inteligencias Múltiples y, desde mi perspectiva, es algo de suma importancia para comprender de qué estamos hechos.

LAS INTELIGENCIAS DE GARDNER

1. Inteligencia lingüístico-verbal

Es aquella que les permite a las personas tener facilidad para comunicarse. Puede ser un lenguaje de signos, verbal o escrito. Este tipo de inteligencia facilita la comunicación y el dominio del lenguaje, independientemente de cual sea la característica principal de este tipo de inteligencia.

Quien posee la inteligencia lingüístico-verbal suele dedicarse a los idiomas, la escritura, la oratoria o la comunicación de forma general. Los productores de contenidos la poseen muy desarrollada.

2. Inteligencia lógico-matemática

Este tipo de inteligencia es la capacidad de resolver problemas matemáticos, dándoles un razonamiento lógico y deductivo. Además, le proporciona al individuo habilidades para realizar cálculos con facilidad.

A diferencia de lo que muchos piensan, el razonamiento matemático puede ser aplicado en las más diversas áreas. Por este motivo, antes se consideraba esta habilidad como un requisito indispensable. Destacan profesionales como físicos, matemáticos y científicos.

3. Inteligencia espacial

La inteligencia espacial permite observar el mundo y los objetos desde diferentes perspectivas a partir de la creatividad. Aquí radica la capacidad de crear con facilidad sus propias imágenes mentales. Estas habilidades suelen estar relacionadas

con personas pertenecientes al mundo artístico, como fotógrafos, artistas plásticos, arquitectos, diseñadores y profesionales de publicidad.

4. Inteligencia musical

Este tipo de inteligencia tiene facilidad con la música y los sonidos. Incluso se puede tener la facultad innata de crear melodías propias, aprender a tocar diversos instrumentos y leer piezas musicales. Aquí existe conexión con las frecuencias musicales.

5. Inteligencia cinestésica

Es aquella que le permite al individuo tener dominio total de su cuerpo, controlando a detalle cada uno de sus movimientos. Con la inteligencia cinestésica es posible tener absoluta coordinación corporal y la destreza para manejar herramientas complejas.

Deportistas y bailarines destacan por este tipo de inteligencia.

6. Inteligencia intrapersonal

La inteligencia intrapersonal le otorga al ser humano la capacidad de entender sus propias emociones. Las personas que fomentan esta inteligencia tienen facilidad para entenderse a sí mismas, poseen gran autocontrol y alta capacidad para la meditación.

7. Inteligencia interpersonal

En contraste con la anterior, esta inteligencia le permite al individuo captar los deseos, estados de ánimo e intenciones de las

personas que están a su alrededor. Aquí existe la facilidad para captar la información no verbal que transmite el interlocutor, una característica muy útil para quienes trabajan en ventas.

8. Inteligencia naturalista

Este tipo de inteligencia le permite al ser humano tener una sensibilidad mayor en todo lo relacionado con la naturaleza. Las personas que la promueven suelen ser biólogos, veterinarios, campesinos, botánicos, aroma terapeutas, etc.

9. Inteligencia existencial

Es la que da la capacidad de cuestionarse continuamente sobre la existencia. Las personas que la impulsan son analíticas sobre la vida, la muerte y la psicología humana. Está relacionada con la espiritualidad, pero va más allá. Es una inteligencia muy potenciada en filósofos y pensadores.

10. Inteligencia creativa

Este tipo de inteligencia contempla las ideas nuevas a cada momento. Se suelen crear, no solo cosas, sino también formas innovadoras de realizar diferentes actividades. Es quizás la más potente en innovación y emprendimiento, por lo que constituirá una parte esencial para potenciar tu *startup*.

11. Inteligencia emocional

La inteligencia emocional permite que el individuo tenga un mayor bienestar emocional gracias al autocontrol, la disminución

del estrés y la automotivación que la persona posee. Aquí radica la capacidad de trabajar bajo presión sin ningún problema y saber manejar muy bien las habilidades sociales.

12. Inteligencia colaborativa

Da la capacidad a las personas para trabajar satisfactoriamente en equipo y poder alcanzar metas con facilidad produciendo en conjunto. Este tipo de inteligencia es bastante valorado en el mundo empresarial de hoy.

EL UPGRADE DEL SER HUMANO

Como cierre de este capítulo, creo que es fundamental tener en cuenta que estamos en una era en la que la evolución es inminente debido a la irrupción de la tecnología como factor de conexión social. Hace cincuenta años era imposible saber lo que ocurría en alguna parte del mundo en tiempo real; ahora es posible con tan solo un clic. Es más, incluso podemos hablar con una persona de otro país por videoconferencia y saber mediante su testimonio la realidad que vive mientras lo observamos en el *living* de su hogar.

Antes, y sin la existencia de internet y las tecnologías comunicacionales, era imposible saber el «ahora» de otro país de forma fiel. Nos enterábamos por la prensa (como una que conocemos) sobre si un país estaba en guerra, sufría una catástrofe o elegía a un nuevo presidente. Esto dejaba la puerta abierta a la distorsión de los hechos por parte de los medios. Esta es la razón que ha motivado a tantas personas de poder a ser dueñas de medios de comunicación hasta el día de hoy. Pero la llegada de la tecnología todo lo cambió: ahora el espacio para la mentira y la manipulación es cada vez menor y lo seguirá siendo.

Internet trajo consigo a las redes sociales. Estas derribaron las fronteras y aumentaron la conexión entre hombres y mujeres de todo el mundo, uniendo a personas con los mismos intereses mientras estaban separadas por miles de kilómetros, lo que amplió el campo del conocimiento y fue reforzado por una cantidad incalculable de información y contenido.

Esta apertura nos permitió saber la verdad del sistema tradicional, los pilares que lo sustentan y toda la negatividad que ha envuelto a nuestra sociedad a lo largo de la historia.

Con esto el ser humano no es el de antes. Ahora sabemos que las cosas no están bien y se debe intervenir. Por eso la innovación y el emprendimiento, que representan el cambio y la evolución, han tomado tanta fuerza en estos tiempos, y es la misma razón por la que el cuidado por el medio ambiente, las personas y los animales se está transformando en un factor fundamental para nuestro avance como humanidad.

Ya sabemos que el exterior es un problema y para modificarlo debemos cambiar nosotros. La clave es el autoconocimiento y este debe ir de la mano con la sabiduría y el entendimiento de la tecnología como herramienta de cambio y aporte social. Esto explica la importancia de generar un cambio en nosotros, que no es más que el *upgrade* del ser humano.

Mujeres y hombres hemos llegado a este punto entendiendo el daño que hemos hecho y haciéndonos responsables de los errores cometidos en antaño. Sin duda eso tiene lógica, ya que resolver los problemas que como sociedad nos aquejan es el inicio para construir un futuro más ameno para todos y todas. El *upgrade* del ser humano no es fusionarnos con la tecnología cual *cyborg*, sino más bien usarla para avanzar desde el bienestar colectivo e individual, enmendando el daño y haciendo florecer las oportunidades de forma transversal.

Si nos hiciéramos ecuánimes y conscientes, tendríamos en las inteligencias de Gardner una guía para hacer ajustes personales, aumentando las habilidades en cada una de ellas mediante la corrección de hábitos y así generar una evolución en la tríada que nos conforma: mente, cuerpo y consciencia.

Capítulo 3

PROPÓSITO DE VIDA

Antes de construir el propósito para una *startup*, recomiendo primero construir el tuyo. Esto debido a la simple lógica de que tú eres el artífice de tu propio negocio y eres quien tomará, junto a tus eventuales socios, las decisiones que permitirán que tu iniciativa logre el éxito o fracase .

Aquí es cuando toco de nuevo el tema del fracaso y reitero que el fracaso no es aprendizaje como tan erróneamente se ha afirmado. El aprendizaje es consecuencia del fracaso y de la aceptación de este, y no siempre esto ocurre, por lo que no son sinónimos en ningún escenario.

Dicho esto, debemos comprender que, así como el fracaso antecede al aprendizaje, el propósito de vida antecede al de tu emprendimiento. Esto es clave para el puntapié inicial de cualquier negocio, ya que detrás de una iniciativa hay personas, y, sin estas, aquella no existe.

Para crear un propósito de vida tenemos que estar conscientes de quiénes somos, por eso recomiendo el autoconocimiento como una herramienta de avance en esta materia, pero además sugiero también el ‘salto de consciencia’.

EL SALTO DE CONSCIENCIA

Para explicar de mejor forma cómo alcanzar nuestro propósito de vida es necesario generar esto que llamo salto de consciencia,

y que es un ejercicio simple y sencillo que grafica de forma exacta nuestro ahora y nuestro mañana, y el escollo que debemos superar para ser fieles a nuestra esencia.

Como se habrán dado cuenta, he utilizado bastante el concepto 'esencia' y que es un grupo de factores, entre ellos nuestro ADN y todo lo que conlleva la influencia de su código, el que además se complementa con el estado de ecuanimidad y la alimentación continua de la tríada mente, cuerpo y consciencia.

Al mismo tiempo que existe la esencia existe la personalidad, la que está dictada por nuestro acoplamiento a la sociedad y la interpretación que tenemos de ella. Esto incluye la educación en el hogar y en la escuela, y al mismo tiempo la influencia en nosotros de amigos, familiares, parejas, compañeros de trabajo y conocidos. Técnicamente se define como un sistema de organización de emociones, cogniciones y conductas.

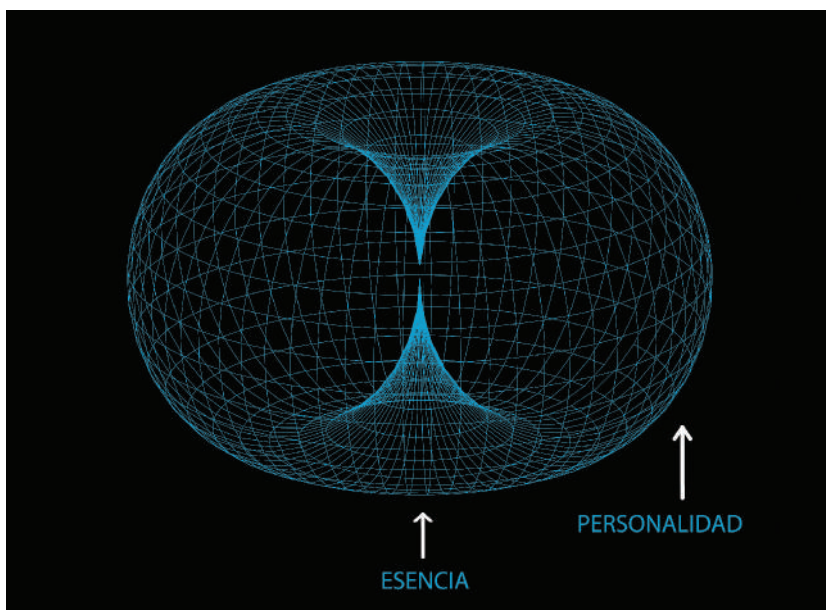
Como habrán notado, la esencia es el elemento que nos hace únicos e irrepetibles y la personalidad es más bien un conjunto de experiencias y emociones que conforma un extenso abanico de interacciones que a su vez constituyen la integración de aspectos físicos y cognitivos.

De aquí se desprenden aspectos como el carácter y el temperamento, siendo estos una consecuencia de la personalidad que cada uno termina formando. Aclaro, para que mis amigos psicólogos no sufran con mi afirmación, que aún hay un amplio debate en materia de límites entre lo que significan los conceptos de personalidad y carácter.

Para clarificar con mayor profundidad podemos ver la imagen que se presenta a continuación, donde queda explicado con claridad.

Con este punto ya resuelto, podemos dar paso al salto de consciencia que nos permitirá partir desde un mejor punto hacia

nuestro propósito. Para ello contamos con tres estados que suelen presentarse en casi la totalidad de las personas que viven en sociedad y que dan origen a una serie de actitudes y comportamientos que nos acercan o nos alejan de nuestro propósito.



Estos tres estados son:

1. **Quién soy:** Se define como la esencia misma, lo que cada persona reconoce como la parte más representativa de cada uno, y que está dictada por lo fundamental del ser humano que es crear positividad a partir de nuestros talentos y habilidades. Es aquí donde radican los aspectos más positivos de tu conducta, y que en el tiempo han demostrado ser hábitos que te ayudarán a evolucionar más que a detenerte en cosas insignificantes. Pero también aquí habita toda la contaminación que la sociedad ha puesto en nosotros, sumado a la resignación de acoplarnos a ella.

2. **Quién aparento ser:** Es el personaje que la mayoría de las personas crean a partir del rango de entre los seis y ocho años, y que se va reforzando poco a poco con los triunfos materiales y del ego en sus cuatro bloques. Aquí radican las ganas de ascender, el querer ser mejor que el colega, el no validar al que sabe más que uno, la envidia, los celos y la falta de empatía. Es el rol que se crea para agradar al resto, ya que su opinión es importante para el ego, lo que cuesta en demasía reconocer, pero poco en revertir. Basta con tener humildad, autocrítica y saber de qué estamos hechos. Esta brecha entre el «quién soy», y el «quién aparento ser» es lo que técnicamente llamamos disonancia cognitiva.
3. **Quién quiero ser:** Si estamos en calma y en ecuanimidad podremos crear con mayor facilidad y felicidad. Cuando estamos en este estado es porque nos encontramos en un período positivo. Solo así podremos proyectar quiénes queremos ser. En esto soy sumamente categórico, ya que proyectar desde la falta de ecuanimidad y calma solo nos generará estrés y el estrés, ansiedad, situaciones que nos alejarán de nuestro fin. Por lo tanto, el salto de consciencia consiste en planificar el «quién quiero ser» desde el «quién soy» y no desde el «quién aparento ser», por lo cual debemos saltarnos este último bloque para trabajar desde mi «yo» positivo, en vez de desde el ego y sus caracterizaciones.

En el esquema del salto de consciencia podemos apreciar que la clave consiste en establecer el quién soy como punto de partida y planificar el «quién quiero ser», suprimiendo el «quién aparento ser», trabajo que como dijimos antes, es complejo de entender pero fácil de revertir.

En el mismo esquema se puede apreciar que el «quién aparento ser» se sustenta en dos variables que debemos controlar

para lograr dominancia sobre creación narcisista del ego. La primera es el ‘personaje variable’ y la segunda es el ‘juicio popular’.



El personaje variable no es más que esta construcción del ego que se niega a morir y que se caracteriza por una serie de elementos y emociones negativas que ya hemos especificado. Mientras que el juicio popular es nuestra especulación e interpretación que creemos que la sociedad tiene de nosotros, y se caracteriza porque existe solo en nuestra mente. Es una suposición subjetiva que hacemos de nuestra propia existencia, atribuyéndole a un tercero representado por la sociedad, la que no opina de la forma que creemos. Así se configura la evidencia de por qué los hechos que proyectamos nunca terminan cien por ciento igual que como pensamos, sino que pueden terminar peor o mucho mejor.

¿CÓMO REDUCIR QUIÉN APARENTO SER?

Para reducir al personaje variable no debes olvidar nunca su principal característica, que es precisamente el apellido de este elemento: la variabilidad. Si comprendemos que al igual que nosotros el ego se adapta, entenderemos que no es un personaje fijo en su totalidad, sino que también puede acomodarse a los contextos para seguir brillando desde su egoísmo. Por lo tanto debemos fijarlo y suprimirlo sin darle ventajas para que siga avanzando hacia el camino de la involución.

Para ello, olvida los «me gusta» y los «yo quiero», ya que estos habitan en el mundo de las sensaciones, es decir, en la interpretación que el cuerpo hace de un mensaje que la mente le envía. Se trata de un problema mental más que físico, en especial si consideramos que el cuerpo es la extensión de la mente. Esta simple acción limitará al personaje, ya que muchas de estas cosas que tanto nos gusta hacer nos pueden hacer daño, como la alimentación inconsciente, el constante rumiar o las adicciones.

Cuando hablo de adicciones no me refiero a esa simple clasificación que ha hecho el sistema tradicional al separarlas entre legales e ilegales. La verdad es que deberían estar clasificadas por el daño que causan. Pensemos en la comida chatarra, el cigarrillo, las benzodiazepinas como el Clonazepam, la carne, el alcohol destilado y los ansiolíticos, que no son más que drogas legales con un fuerte impacto en las personas, más allá de ser productos ilegales en Chile, como los hongos y las trufas, pero que en países desarrollados como Holanda son una industria orgánica que actúa desde la legalidad, contribuyendo a diversos avances en neurociencias y neuropsicología, aportando a diversos tratamientos de enfermedades. Esta es la razón por la cual

debes clasificar entre lo que te hace y no te hace bien, no entre lo que es legal o no.

Este personaje que vive de la disonancia cognitiva, se aferrará al máximo a su sobrevivencia y te dirá que no puedes lograrlo, te hará sentir que estás haciendo las cosas mal y te provocará culpa y frustración. Eso hace el ego al verse presionado: activa su segundo bloque y trata de disminuir al «yo» para seguir en existencia. Y ahí es cuando debes «quebrar la voluntad» para someterlo.

Quebrar la voluntad es hacer aquellas cosas a las cuales tenemos temor, miedo o aversión o que, por simple testarudez, no queremos hacer y procrastinamos una y otra vez para seguir cómodos y con nuestro ego en piloto automático. Por lo tanto, te recomiendo atacar aquellos pendientes que tienes en lo personal y laboral y atreverte a hacer cosas que antes no hacías, como meditar, ir de viaje al lugar de tus sueños, estudiar lo que te apasiona, comer aquello que hace años no te gustaba, darte un tiempo para decir «te amo» o para apreciarlo si es que te lo dicen. Es esencial llegar a quererte más, a ser autocompasiva/o contigo. Tienes que saber que todos somos perfectos desde la creación e imperfectos desde la interacción con la sociedad. Debemos aceptar que ese pequeño universo que vive dentro de nosotros es perfecto biológicamente, y que la imperfección está dada por dejar de ser fieles a nuestra esencia y aceptar como verdad lo que la masa inconsciente repite una y otra vez.

Reduciendo al personaje variable es momento de suprimir el segundo pilar del cual se sostiene: el «quién aparento ser», que es el juicio popular. Para ello, recordemos que ese juicio que tiene la sociedad respecto a nosotros solo existe en nuestra mente, salvo si hacemos una encuesta a un grupo de personas respecto a nosotros. En este caso, será un dato real y sustentado en evidencia.

Pero imaginemos que hiciéramos una encuesta para saber la opinión que tiene el resto de nosotros, y dicho estudio arrojara que somos las peores personas del mundo (como caso extremo). Bueno, en este caso, y aunque parezca raro, no es determinante para nada en nuestro avance hacia el «quién queremos ser». La razón está en que la solución para suprimir este pilar es que nos importe un pepino lo que las personas piensen de nosotros, sea esto negativo o positivo. Tomar en consideración esto significa alimentar la sobrevaloración del yo o la disminución del yo, ambos bloques del ego como especificamos antes.

Si enfrentamos con ecuanimidad este proceso, sabremos que nuestras emociones deben estar en control, tanto como cuando nos alagan como cuando nos enjuician acertada o desafortunadamente. En ambos caso debemos contemplar y mantenernos en control.

A medida que esto se desarrolle iremos eliminando todos los lastres creados a partir de que nos importara la opinión de otras personas y comenzaremos a ser fieles con nosotras/os mismas/os.

No obedezcas al sistema tradicional que te dice cómo vestirse, qué comer, cómo hablar y cómo actuar frente a otros. Solo sé tú.

Tengo que ser responsable y decirte que al responder a tu esencia, se generará un cambio positivo en ti, pero no todos lo entenderán. A muchas de las personas que te rodean tú les gustabas como eras antes, con menos libertad, con menos empoderamiento, con menos creatividad y con menos lucidez, por lo que no es raro que tu círculo se reduzca. Pero ¿sabes qué?, vale la pena 100 % y solo así tendrás el control de tu vida. Por ende estarás en posición de crear desde cero tu propósito de vida, mientras el personaje queda disminuido a una voz sin poder y la opinión del resto se transformará en algo irrelevante.

FRACTALIDAD Y PROPÓSITO

La fractalidad es este concepto que se puede apreciar en varias manifestaciones de la naturaleza, siendo aquello que envuelve en sí mismo a otro factor igual a él, pero en menor dimensión, tal como si en nuestro interior habitaran otros pequeños seres idénticos a nosotros, tal como se puede apreciar cuando del tallo de una planta crece una rama y de esta otra rama una menor.

Si bien esta conceptualización de la fractalidad es cierta, el concepto va mucho más allá de eso y radica en el número que sostiene la proporción áurea que es phi (1,6180) y que explica matemáticamente este fenómeno y su continua repetición en el tiempo/espacio. De aquí han nacido múltiples estudios que corroboran la exactitud del número áureo como definición científica de este fenómeno.



PHI

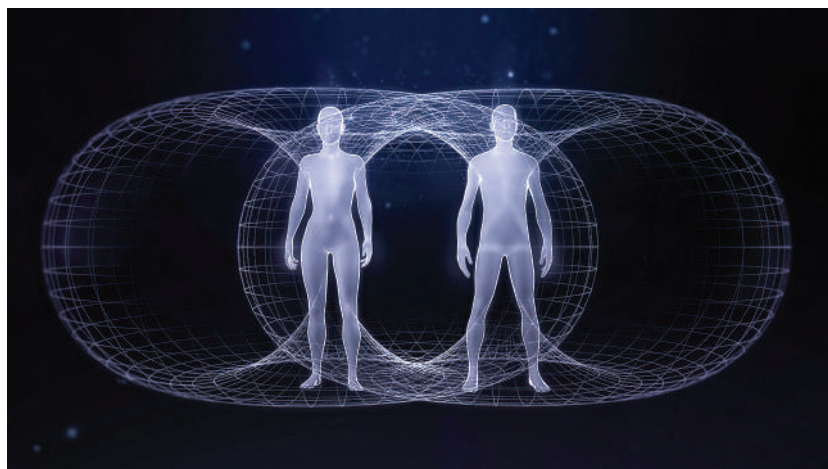
1,618033

Lo fractal está presente en varias formas geométricas que se replican en la vida, tanto en nosotros como en los animales no humanos y en la naturaleza, en especial en el microcosmos, dictado por todo el mundo celular, y en el macrocosmos, dictado por el estudio del universo y la astronomía.

El número phi está presente alrededor nuestro y pasamos la vida sin saber de él. Sin embargo, si tuviéramos que dibujar el principio de fractalidad a partir de su frecuencia, nos daríamos cuenta

de que en ocasiones se presenta como un tubo toro o toroide, que nace de una espiral áurea que ya cumplió un ciclo y comienza a recurrir en sí misma. Este toroide se va retroalimentando desde la energía electromagnética, representada por el fotón, y la energía gravitatoria, representada por el punto de implosión.

En nuestro caso, todos poseemos un toroide que hace circular nuestra energía en nuestro interior, independientemente de su negatividad o positividad, siendo la primera obstaculizada por los puntos de avanzada, conocidos también como chakras que se van activando a medida que mejoras hábitos. Tanto es así que existen múltiples estudios en los cuales se ha medido la energía generada en personas a partir de estímulos positivos y negativos, y donde las frecuencias beta, theta, alfa y delta reflejan tal o cual resultado, lo que viene simplemente a confirmar que bajo un estado positivo todo funciona de forma más fluida, o como nos gusta decir a los *hippies*: «Todo fluye».



Pero estos toroides no solo están presentes en nosotros, también en los animales y en la filotaxis de las plantas. Además, el

planeta se conforma de un gran toroide que es fractal y que envuelve a dos toroides más que son el hemisferio norte y el sur. Dentro de ellos existen múltiples ejemplos constantes y variables de este mismo efecto. ¿Has visto un dibujo de una tormenta? Bueno, esa forma es una forma toroidal y el principio de la fractalidad también está presente en ella.

El universo es un toroide fractal, ya que posee el desdoblamiento de una singularidad en sistemas menores y armónicos al primero; siendo desde átomos, moléculas, células, organismos, hasta planetas, sistemas solares y galaxias manifestaciones de una misma fuente de información y que en la actualidad es la respuesta del campo unificado entre el micro y el macrocosmos.

Comprendiendo el concepto, debemos entender que el propósito es un toroide fractal, y esto por las siguientes características:

- El propósito es una intención que contempla otras intenciones para su fin.
- El propósito, al igual que un toroide, es influenciado por energías de distinto ámbito.
- El propósito no es una meta fija, es más bien un objetivo interactivo que sufre mejoras en el tiempo.
- El propósito tiene un objetivo y este objetivo tiene objetivos específicos, al igual que un árbol posee un tronco y ramas.
- El propósito renueva sus energías para tomar nuevos rumbos y adaptarlos al contexto social.
- El propósito es evolutivo. Al igual que el toroide humano fluye desde un punto hasta cumplir el ciclo, el propósito sale de ti, genera impacto positivo en el resto y vuelve a ti con aprendizaje, sabiduría y bienestar.

Por lo tanto, el propósito de vida obedecerá no solo a una declaración escrita pegada en nuestra casa u oficina, sino más

bien a un plan fiel a nuestra forma de pensar, nuestra escala de valores y nuestro verdadero yo.

Los humanos nacimos con la cualidad de moldear nuestro propósito; sin embargo, la naturaleza y los animales también poseen un propósito, pero dictado más por su existencia que por su cognición limitada, lo que no significa que sean inferiores en fondo y forma, sino más bien que son seres distintos y complementarios para nuestra evolución.

Este entendimiento es clave para avanzar y evolucionar.

ESTRUCTURA DEL PROPÓSITO DE VIDA

Hasta el momento, todo ha sido preparación. Y vaya que es importante, porque sin esta no podríamos llegar hasta este punto con una probabilidad alta de obtener un propósito que nos represente de forma fiel a nosotros y a nuestros objetivos. Solo tendríamos un placebo disfrazado de propósito y, lo que es peor aún, estaríamos en el limbo.

El limbo, en autoconocimiento, es el fenómeno que se desata cuando pensamos estar en consciencia, pero en realidad no estamos en ella. ¿Cómo saber si estoy en el limbo?

Es bastante sencillo: si ejecutas la autocrítica y analizas si tus actos son medidos o no, y si el impacto que provocan es positivo o negativo. Todo dependerá de este factor.

En el caso de que el resultante de tus actos no sea positivo, y piensas que estás en consciencia, es porque realmente estás en el limbo, y, presta atención, porque la presencia sostenida en el limbo puede provocar el síndrome del mesías, pudiendo venir a tu mente pensamientos como que eres una persona especial o el centro del universo. Ahí es cuando nacen las manifestaciones religiosas y eso puede ser muy peligroso.

Caer en el limbo es provocado, la mayoría de las veces, por no comprender el proceso del autoconocimiento, y querer, como decimos en buen chileno, «hacerla fácil». Por eso los fanáticos religiosos no poseen sabiduría, pero sí una interpretación fantasiosa de un contenido antes distorsionado y con ansias de poder y control social.

Uno de los principales trucos del ego es hacerte pensar que puedes llegar con el chasquido de tus dedos al mundo espiritual luego de haber meditado un par de veces o haber ido a clases de yoga. Con esto no digo que la meditación y el yoga sean los problemas, por el contrario, el verdadero factor que flaquea son las personas y su mala interpretación.

No sacas nada con hacer yoga o meditar todos los días si cuando finalizas vuelves a una vida llena de sufrimiento, penas, culpas y resignaciones, donde el ego sigue siendo el gobernante. ¿Cómo es posible que quiera conectarme con la naturaleza mientras llevo una alimentación que promueve el maltrato y al mismo tiempo no me importe el medioambiente?

Quienes habitan en el limbo, con el tiempo muestran características narcisistas y todo lo que se genera a partir de sus ideas suele beneficiar solo a ellos mismos, dejando fuera la sociedad y el ecosistema.

Entendiendo que existe el limbo en este proceso, es momento de presentar la estructura que recomiendo para el desarrollo del propósito de vida. Para ello usaremos el ‘dodecaedro de Propos-It’, que es el recurso didáctico para consolidar nuestro propósito de vida y que puede ser completado en el tiempo que requieras para estos fines. Recuerda que todos tenemos nuestro ritmo.

Para obtener la figura en alta calidad ingresa a www.proposit.cl y descarga el archivo, imprímelo y comienza a completarlo desde tu propio hogar u oficina.

EL DODECAEDRO DE PROPOS-IT

Para llevar a cabo nuestro propósito de vida usaremos el dodecaedro de Propos-It, un panel basado en esta figura geométrica que permite completarlo en doce pasos. Para un correcto armado te invitamos a ingresar a www.proposit.cl y revisar el video «Guía de armado de dodecaedro de Propos-It».

Dicho esto, ¿qué es un dodecaedro?

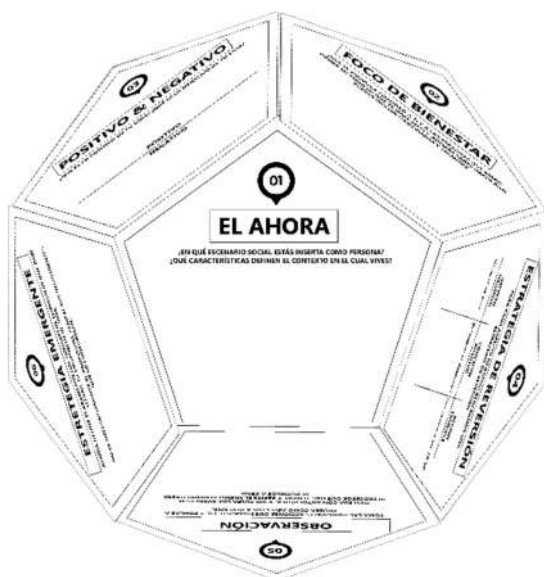
Un dodecaedro es un poliedro de doce caras, convexo o cóncavo. Sus caras han de ser polígonos de once lados o menos. Si las doce caras del dodecaedro son pentágonos regulares, iguales entre sí, el dodecaedro es convexo y se denomina 'regular', siendo entonces uno de los llamados sólidos platónicos.

Representa el quinto elemento, la luz divina, el prana, el chi, el tao. La materia sutil luminosa que fluye del espacio infinito a través de todas las cosas. Las energías invisibles y los patrones sutiles. Además del aire existe un aire etéreo; además del agua, un agua etérea; además del fuego, un fuego etéreo; y además de la tierra, una tierra etérea.

- **Órgano:** cerebro.
- **Cuerpo:** consciencia/sabiduría/omnipresencia.
- **Misión:** vincular a una guía superior, en este caso un propósito de vida.

Descarga aquí *El dodecaedro de Propos-It*.





LAS DOCE CARAS DEL DODECAEDRO

1. El ahora

Define el escenario social en el que estás inserto como persona, detallando el abanico de características que definen el contexto en el que vives, sin generar juicios ni prejuicios sobre ello. No debemos culparnos por no tener dinero o amor, por ejemplo. Solo debemos declarar esta información como un antecedente.

Te recomiendo que analices qué tan profundo ha tocado el sistema tradicional y sus pilares en tu forma de operar en el día a día. Describe claramente tu contexto familiar, laboral, social y de pareja.



2. Foco de bienestar

Ya que sabes el contexto en el que estás viviendo es momento de pensar en todas aquellas cosas que te provocan felicidad a ti y a las personas que tú amas, declarando las habilidades y talentos que has identificado en ti. Esta clasificación debe ser desde la objetividad y los antecedentes.

Por ejemplo, si tengo talento para cantar o tengo habilidades para los desafíos manuales, debo definirlos en este bloque. Piensa en todo lo que te hace feliz y además sabes hacer bien.



3. Positivos y negativos

Con el foco declarado, es momento del *Down & Up Line*, técnica que también es parte de la construcción del propósito de tu *startup* y que consiste en trazar una línea horizontal para luego anotar todo lo positivo arriba y todo lo que consideras negativo de tu vida abajo. Puedes tomar criterios de lo que te hace bien o lo que te hace mal en el día a día. Esto puede ir desde hábitos, costumbres y muletillas que, como personas comunes y corrientes, tenemos y queremos corregir.

La franqueza es esencial en este bloque. Contéstalo de forma sincera, con autocompasión y amor incondicional de ti y para ti.

03

POSITIVO & NEGATIVO

¿QUÉ ES LO POSITIVO DE TU VIDA? ¿QUÉ ES LO NEGATIVO DE TU VIDA?

Ejemplo: *Alimentación saludable* *Meditación*

POSITIVO

NEGATIVO

Ejemplo: *No dormir bien* *Sedentarismo*

4. Estrategia de reversión

Ahora lo tienes frente a ti. Este es el escenario donde se desarrolla tu vida y todos los aspectos que convergen en ella, tanto positivos como negativos. Y lo que viene ahora es que a cada concepto negativo del paso 3 le asignes un concepto positivo que represente la acción tangible de cómo lo revertirás. Ejemplo: «Aspecto negativo: No duermo bien. Concepto positivo: Bienestar al despertar». Luego de eso, asocia este concepto positivo a una acción tangible: «Concepto positivo: Bienestar al despertar. Acción tangible: Me dormiré a las 10:30 pm».



5. Observación

Como dijimos antes, el dodecaedro de Propos-It debe ser completado en el período que consideres necesario, y si eso significa que lo hagas más de una vez, para reconstruir tu propósito, hazlo. Dicho esto, del cuadro anterior toma las principales acciones que escogiste (te recomiendo tres) y ponlas a prueba como aspectos a revertir en el tiempo que estimes.

Durante este período observa con autocrítica, y sin culpa ni excesos de autopalmaditas en la espalda, los avances o retrocesos que hayas tenido y repite el mismo período hasta reducirlos a cero. Recuerda que esos ciclos pueden ser de una semana, un mes, un año, tú lo decides.

Un buen observador debe «salir de la caja», así que mira este proceso como observador de la situación.



6. Estrategia emergente

Cuando llegues aquí no serás la misma persona que partió con el primer punto, ya que existe una experiencia entre ambas instancias, que tiene el foco en tu preparación para la construcción de tu propósito de vida, por lo que la estrategia debe cambiar.

Ahora define los conceptos esenciales que debe llevar tu propósito de vida. No necesariamente el propósito, pero sí los ingredientes que lo conforman. Algunos ejemplos: el ayudar a otros, vivir feliz, enseñar desde el amor, promover el altruismo, etc. Define solo tres conceptos en este punto. Más adelante, en el punto proyecto de vida, de este mismo capítulo, rescataremos estos mismos conceptos. Sin embargo, para la construcción del propósito solo destaca conceptos breves y representativos.



7. Eficiencia

Antes teníamos una estrategia de reversión que cambiamos a una estrategia emergente. Pruébala ahora por el mismo período de observación de la estrategia anterior, pero en una manera más eficiente. Esto significa desde una perspectiva más consciente y aguda, disminuyendo tiempos en tus mismos avances. Luego que concluya el período deja testimonio en el dodecaedro de Propos-It de cuál fue tu mayor aprendizaje. Ese espacio es solo para una frase que lo represente.



8. Desafíos

Ya lograste ser consecuente en tu plan, fiel a tu esencia y sacar conclusiones respecto a lo aprendido. Ahora es tiempo de crear los principales desafíos que respaldarán tu propósito. Piensa que el mismo se debe sostener en desafíos continuos y mejorables en el tiempo. Anota solo tres en el espacio asignado. Ejemplo de desafío: «Trabajar para vivir y no vivir para trabajar».



9. Elaboración de propósito

Ya con los tres desafíos tenemos las tres patas de la mesa que sostendrá nuestro propósito en el tiempo. Recuerda que el propósito de vida siempre será modificable y perfeccionable de acuerdo con las experiencias que vayas experimentando, por lo que los desafíos también pueden ser modificables, tanto si se cumplen como si caducan.

Con los antecedentes en mano y el aprendizaje de cada punto, ahora puedes crear tu propósito de vida, el cual debe ser una declaración, una sola frase concisa y directa, que conjugue en no más de una línea todo lo que representan los desafíos, los aspectos positivos que rescataste y las acciones que ejecutaste. Te voy a compartir mi propósito como ejemplo: «Ayudar a otros a que se ayuden a sí mismos y aprendan a ayudar a los demás».

Debajo de eso tengo una serie de desafíos constantes que sostienen este propósito, al igual como tú definiste los tuyos, por lo

que te recomiendo sustentarte en lo que te motivó para instaurar ese desafío y, con la misma intención, trabajar en esta frase.

En el panel del dodecaedro escribe tu propósito final.



10. Activación

Ya tienes tu propósito. Ahora es momento de comenzar a resolver tus desafíos con el fin de activar tu propósito de vida. Para ello asigna como máximo tres acciones para cumplir cada uno de tus tres desafíos y redáctalas en el espacio asignado a estos fines en el dodecaedro de Propos-It.

10

ACTIVACIÓN

YA TIENES TU PROPÓSITO Y AHORA ES MOMENTO DE COMENZAR A RESOLVER TUS DESAFÍOS CON EL FIN DE ACTIVAR TU PROPÓSITO DE VIDA. PARA ELLO, REDACTA UNA ACCIÓN PARA CADA DESAFÍO.

N°	DESAFÍO	ACCIÓN
1	Trabajar para ayudar a otras personas.	Crear producciones, servicios o programas para ayudar a otras personas.

1. Medición

En este penúltimo paso es momento de ir midiendo el cumplimiento de tus acciones asociadas a cada desafío para cumplir tu propósito, por lo que anota el porcentaje de avance de cada acción y desafío en el espacio correspondiente. No olvides que cada uno tiene su tiempo, por lo que el cumplimiento debe ser a tu ritmo, sea este rápido, moderado o lento. Además, es importante aclarar que este bloque se va borrando y corrigiendo hasta que cumplas todo al 100 %. Te recomiendo entonces usar los *post-it* en el panel del dodecaedro de Propos-It o escribir con lápiz de mina.

11

MEDICIÓN

ES MOMENTO DE IR MIDIENDO EL CUMPLIMIENTO DE TUS ACCIONES ASOCIADAS A CADA DESAFÍO PARA CUMPLIR TU PROPÓSITO, POR LO QUE ANOTA EL PORCENTAJE DE AVANCE DE CADA ACCIÓN Y DESAFÍO.

	DESCRIPCIÓN	PORCENTAJE DE AVANCE
ACCIÓN N°1	Trabajar para ayudar a otras personas.	90%
ACCIÓN N°2		
ACCIÓN N°3		

12. Impacto

Paralelo al punto de medición, y no como un paso previo o anterior, debes ir completando el impacto que generas con las acciones de tu propósito.

Te recomiendo transformar este punto en indicadores duros como: número de personas impactadas de forma positiva a partir de mi propósito de vida; cantidad de veces que activé mi propósito, cantidad de veces en las que mi propósito logró su fin, etc.

Esto dependerá de la naturaleza de tu propósito, y al igual que la medición va cambiando en el tiempo hasta que decidas si ajustas el propósito o lo mantienes intacto. Ambas son respuestas válidas. Si optas por ajustar, basta que vuelvas al paso anterior donde quieres hacer la mejora y concluir el proceso.



Para completar el propósito de vida y armar el dodecaedro revisa el siguiente video:



Como cierre de este proceso retira los *post-it* del dodecaedro de Propos-It, en caso de haberlos usado, o borra lo que escribiste de forma temporal para remplazarlo con una anotación definitiva. Luego recorta ambas formas y sigue la guía que te proponemos en www.proposit.cl

Ahora tienes tu dodecaedro armado en el escritorio de tu oficina o en el velador de tu pieza, donde sea, da igual. Lo importante es que ahora tienes tu propósito de vida en él y sabes de dónde proviene y hacia dónde estás dirigiendo tu vida. Sin embargo, falta solo un punto: saber el significado del dodecaedro.

PROYECTO DE VIDA

Con nuestro propósito creado es momento de enfatizar cómo complementarlo con un plan de vida mucho más elaborado. Es una bajada técnica al papel del propósito y representa más el «cómo» que el «qué» en la construcción del propósito de vida, además de la antesala a generar un propósito para tu *startup*.

Es importante especificar que antes de estructurar un proyecto comercial siempre tenemos la duda de si haremos lo correcto o no, si generaremos ingresos y beneficios o tendremos pérdidas. Este temor latente en cualquier emprendedor o inversionista disminuye a medida que deja de sustentar su negocio en creencias y da paso al pragmatismo y el aprendizaje constante en torno al mercado que ingresará y el segmento que abordará.

Las creencias solo habitan en nuestra mente y en el abanico de ramificación de la ilusión, mientras que cuando buscamos antecedentes y organizamos nuestros pasos, todo se vuelve más fácil y se reducen los miedos, temores, ansiedad, angustia e incertidumbre, evitando así un camino más complejo para nuestros fines, en especial si en este proceso ya contamos con nuestro propósito de vida.

Sin embargo, la mayoría de los emprendedores desarrollan soluciones a problemáticas ya resueltas o a oportunidades de mercado donde ya existen demasiados actores. Esto no quita ni resta que les pueda ir bien, pero sin duda reduce las

probabilidades de éxito. Esto ocurre por una sola razón, que ya hemos mencionado, pero que es importante repetir: no sabemos para dónde vamos si no contamos con un propósito.

Esto que puede sonar evidente es menos común de lo que parece. De hecho, si le preguntas a una persona cuál es el objetivo que hay detrás de su negocio y por qué lo está creando, la mayoría dirá que quiere generar o multiplicar su dinero, pero pocas personas te dirán para qué quieren hacer esto. Significa que no tienen claro su rumbo en la vida y ven el dinero más como un fin que como un medio.

Por eso, creo fielmente que es menester considerar un paso previo al desarrollo de cualquier emprendimiento o innovación. Debemos considerar un objetivo más allá de la ejecución de nuestra iniciativa y sus fines comerciales, operacionales, administrativos y estratégicos. Para ello recomiendo generar un plan de vida, conocido como proyecto de vida.

El proyecto de vida es la brújula que nos indica para dónde vamos y, si bien es un plan definido y claro, puede variar en el tiempo, al igual que el mundo cambia y nosotros nos adaptamos a él.

Siempre debemos tener un plan de vida detrás del plan de nuestro emprendimiento o innovación, y para ello recomiendo la siguiente estructura:

1. **Título:** Aquí debes considerar el nombre de tu proyecto de vida, considerando un concepto que represente el objetivo principal que quieres alcanzar y que sea motivante para el día a día. Por ejemplo: «El reto de mi vida», «El hogar de mis sueños», «Mi verdadera jubilación», «Vivir en Nueva York».
2. **Tiempo:** Debes definir el tiempo para tu plan de vida. Puedes considerar los años que quieras, pero debes tener en cuenta que mientras más extenso sea el período de tu plan mayor será la profundidad, organización y estrategia en él. En lo personal,

creo que un buen plan de vida no debería superar los cinco años, e ir renovándolo por igual período de tiempo cada vez.

3. **Objetivo** general: Es solo un párrafo que no supere las cinco líneas. Debe representar con fidelidad el objetivo que quieras alcanzar. Te sugiero considerar un objetivo claro con un solo fin, y que no implique una subjetividad extrema como «Vivir feliz» o «Que todos me quieran». Además, debe incluir el qué, cómo, dónde, cuándo y por qué. Por ejemplo, supongamos que el título de nuestro proyecto de vida es «Ser libre financieramente». En este caso, un objetivo general sería «Desarrollar las condiciones favorables a nivel personal y comercial, durante los próximos cinco años, para generar instancias que hagan crecer mi patrimonio personal y no depender del dinero el resto de mi vida, y así vivir feliz con mi familia, en la casa de mis sueños en Puerto Varas». Si se dan cuenta, el objetivo es claro y bien definido, y no deja espacio para aspectos poco claros.
4. **Objetivos específicos:** Para elaborar los objetivos específicos se debe abrir el objetivo general en tres o cuatro objetivos menores, los cuales no deben ser superiores a las tres líneas y especificar aspectos críticos para el proyecto. Si tomamos el ejemplo anterior, podríamos crear los siguientes tres objetivos:
 - Promover mi orden financiero, aumentando mis ingresos y disminuyendo los gastos, con el fin de generar condiciones favorables para ser libre financieramente.
 - Mejorar mis hábitos personales para establecer un equilibrio interno que permita desenvolverme mejor según mi plan de vida.
 - Estudiar el mercado inmobiliario en Puerto Varas, elegir el terreno óptimo y diseñar la casa de mis sueños.En este caso, los tres objetivos específicos abren el objetivo general y agregan datos críticos para el cumplimiento

de este. Por eso, siempre debemos considerar que a medida que vamos desarrollando estos puntos, el plan comienza a tener lógica y vaya aterrizando a la realidad.

5. **Actividades:** Las actividades deben explicar el «cómo lo haré», ser tangibles, claras y definidas según el orden cronológico del plan que tenemos en mente. Las actividades son la apertura de los objetivos específicos y consideran hacer un nuevo «doble clic» sobre ellos, con el fin de profundizar y concretar lo que haremos. Como recomendación siempre usa un verbo para partir con una actividad. Por ejemplo, si seguimos con el mismo caso, y tomamos el tercer objetivo específico «Estudiar el mercado inmobiliario en Puerto Varas, elegir el terreno óptimo y diseñar la casa de mis sueños», podríamos establecer las siguientes actividades:

- Levantar un estudio de mercado inmobiliario de Puerto Varas.
- Visitar terrenos urbanizados entre 200 m² y 300 m².
- Elaborar planos con el arquitecto.

En este caso, la apertura del tercer objetivo específico nos arroja tres actividades que debemos cumplir para ser fiel a nuestro plan de vida.

6. **Resultados:** Toda actividad debe tener un resultado asociado y recomiendo siempre que no tenga más de uno. Es ideal el «uno a uno» para tener claridad del plan que ejecutamos. Como ejemplo, tomaremos la segunda actividad: «Visitar terrenos urbanizado entre 200 m² y 300 m²». Aquí el resultado sería: «Terreno seleccionado y comprado».

7. **Indicadores:** Así mismo, como cada actividad tiene un resultado, cada resultado tiene un indicador. Pueden ser más de uno y fraccionar el resultado en varios tipos de mediciones. Si seguimos con el ejemplo del resultado especificado antes, podríamos levantar los siguientes indicadores:

- Número de terrenos visitados.
- Número de terrenos seleccionados en terna.
- Porcentaje de avance en trámites de compra del terreno

Los indicadores siempre deben estar sostenidos en datos duros como cantidades, porcentaje, tasas, etc.

A continuación, te dejo una herramienta creada en Origo Lab y que sirve para estos fines.

PROYECTO DE VIDA

TÍTULO		
TIEMPO		
OBJETIVO GENERAL		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS		
ACTIVIDADES	RESULTADOS	INDICADORES

Descarga aquí la plantilla de proyecto de vida de Propos-It



Mediante esta forma se puede generar un plan de vida de forma sencilla y clara, sin ahondar en textos extensos o generalidades que poco nos ayudan a lograr nuestros objetivos. También es importante destacar que el plan de vida es personal y complementario al propósito de vida. Ninguna persona debe tener injerencia en él, porque es lo que nosotros, como personas individuales y libres, declaramos para nuestro futuro.

Como dato extra recomiendo que el objetivo general final del plan de vida se sustente en la plenitud y la felicidad, y no en bienes materiales, ya que estos pueden ser parte de actividades que refuercen tu bienestar, pero no pueden ser el fin último, si no, nuestra vida sería totalmente frágil a las inclemencias económicas del futuro.

Capítulo 4

IDENTIDAD EMPRENDEDORA

Ya entramos en cuarto capítulo de este libro y es momento de entrar en aspectos más técnicos, ya que relacionaremos el concepto de propósito aplicado a tu emprendimiento, empresa, iniciativa y *startup*, pero antes debemos hacer el enlace entre el propósito de vida y el propósito de tu idea de negocios y/o de impacto en la sociedad, los animales y el medioambiente.

Para esto debemos comprender que existe un factor denominado 'identidad emprendedora'. No es más que el rol que cada uno toma dentro de los desafíos laborales, y que debe ser la extensión de tu propósito de vida (preferentemente), pues, como hemos visto, es ideal ejercer lo que en realidad te apasiona y hace feliz, y si además le agregas tus habilidades y talentos dentro de esa actividad, la fórmula para el éxito estará dada.

Esta identidad emprendedora va más allá del tipo de trabajo que tengas. No se refiere a si eres independiente o dependiente, sino que apunta a una parte que existe en ti y donde radican esas características libres y creativas, y eso puede pasar tanto al que trabaja en una empresa como también a una persona independiente.

Si trabajas en una empresa, esta tiene una cultura y un funcionamiento organizacional, por lo que se encuentra regida por una serie de normas y formas de interactuar entre los colaboradores. Así podríamos decir que uno es más bien un marinero del barco, a cargo, en la mayoría de las veces, de actividades automatizadas y con foco en un área específica. Es cierto que en este

tipo de escenarios la mayoría de los colaboradores se resigna y somete a esta cultura organizacional, obteniendo sus efectos, tanto positivos como negativos; mientras las decisiones estratégicas quedan en manos de directores y gerentes que, al igual que todos, aciertan y se equivocan en sus decisiones.

Por otro lado, el sistema tradicional adora las jerarquías y muchas de aquellas empresas que respetan sus postulados poseen estructuras rígidas y resistentes al cambio. Así mismo, no invierten en innovación porque innovar significa cambiar, y como sabemos los tradicionalistas quieren que todo siga como siempre, aunque eso implique no avanzar.

En este tipo de organizaciones, donde la posibilidad de tener libertad creativa es nula, igual puede nacer tu identidad emprendedora. El contexto no es el que te define, sino más bien tu postura y perspectiva frente a la vida. Cuando comprendemos y asimilamos que no podemos cambiar el entorno de un día para otro, pero sí podemos acelerar nuestro cambio personal, es cuando ya tienes el entendimiento correcto bajo tu control. Ahí es como se forja la identidad emprendedora y donde, a pesar de estar en un contexto laboral que no promueve la creatividad, eres capaz de ser creativa/o. Responsabilizar al entorno por las barreras de tu vida no es buena técnica, mejor opta por la autocrítica y la corrección, como hemos visto.

Dicho esto, alguien podría preguntarse cómo ser creativo/a en esta estructura rígida. Que la estructura sea rígida es un problema, pero los innovadores son los que buscan soluciones a ello. Desde ese principio puedes proponer a tus superiores qué cambios crear en la empresa para hacerla crecer con intraemprendimiento, por dar un ejemplo.

Es probable también que la estructura nunca ceda. En ese caso, amiga mía o amigo mío, es mejor aceptar que no estás donde se potencian tus habilidades y puedas despertar tus talentos.

Pero no veamos el escenario actual como negativo y a todas las empresas como víctimas del contagio del sistema tradicional, ya que la tendencia mundial evidencia un continuo aumento en innovación por parte de Estados y privados de todo el mundo. Hemos comenzado la era donde los jefes narcisistas están siendo reemplazados por líderes empáticos que saben escuchar las buenas ideas, vengan de donde vengan. Por eso cada día habrá más oídos para las nuevas ideas y tu empresa puede ser una de las organizaciones que tomó o tomará ese camino. Así que no todo está perdido; por el contrario, recién estamos partiendo con la revolución de la consciencia social y la libertad creativa.

En el caso de los trabajadores independientes la identidad emprendedora ya está activada en el momento que decidimos optar por este camino en el cual no hay jefes dictatoriales, pero sí socios complejos con quienes uno termina siendo casi un matrimonio. El trato de las relaciones es mucho más profundo y por eso uno termina siendo familia con los socios. Pero aclaremos que estas familias también difieren y discuten.

Como ves, en el caso de los dependientes el desafío es encontrar el entorno óptimo dentro de su trabajo para conectarse con la libertad creativa y desarrollar la identidad emprendedora; mientras que para los independientes es reforzar su empatía para alinear a los socios desde los propósitos personales y así evitar malentendidos y dejar las visiones claras desde un comienzo. Este alineamiento permitirá en el futuro entender mejor las problemáticas que tu solución resuelve, comprender mejor a tus clientes y visualizar de mejor forma nuevas ideas para el segmento.

En Origo Lab creamos una metodología con foco en fomentar el alineamiento entre socios, para así reducir la brecha del fracaso a causa de la falta del mismo, esto debido a un estudio de la Escuela de Negocios de Harvard realizado a

más de 10 000 pymes, a fines del 2018, concluyendo en que el 65 % de ellas fracasa por conflictos entre sus socios fundadores. Además, un estudio realizado a más de 156 *startups* por la consultora CB Insights revela que el 23 % de los emprendedores cree que sus *startups* fracasaron por tener un equipo sin experiencia.

STEP METHOD

Step Method es una metodología que reduce la incertidumbre y permite aumentar las probabilidades de éxito de una *startup*, alineando criterios entre socios de una empresa o miembros de un mismo equipo. Su propuesta de valor es la capacidad de optimizar procesos y generar eficiencia en los resultados esperados por los fundadores y sus proyectos innovadores.

Por sus características debe ser aplicada por un Step Method Master, algo así como un Scrum Master que creamos con el fin de hacer este proceso de forma guiada, porque en la mayoría de los casos no existe consenso de un camino en común y es necesario un tercero que sirva de guía para la mejor toma de decisiones.

Es importante aclarar que Step Method se aplica (idealmente) luego de la técnica de propósito empresarial de Propos-It que veremos en el capítulo final; sin embargo, Step Method considera la técnica de desarrollo de Propósitos de Vida, por lo que puedes llegar sin ellos contruidos y verlos en el bloque 1 de este método.

Step Method posee seis bloques por medio de los cuales se llega al lineamiento esperado entre los socios de la *startup*:

Bloque 1: Diagnóstico

Este bloque tiene como finalidad alinear los propósitos de vida de los socios con la empresa, levantando sus expectativas, no solo

con su *startup*, sino también aunando criterios entre los miembros del equipo. En este punto es de importancia aclarar los objetivos de cada persona con respecto a los fines de la empresa, ya que en muchos casos las opiniones difieren entre los fundadores. Por ejemplo, es frecuente que exista un socio que quiera vender la totalidad de la empresa en una estrategia de éxito, mientras que otros no. Este tipo de conflictos es solo una muestra de cómo diferencias estratégicas terminan generando rupturas.

Objetivo del bloque: Alinear a los socios con el propósito de existencia de la empresa.

Actividades y métodos de transferencia:

- Declaración de propósito de la empresa (trabajo en conjunto entre miembros del equipo).
- Declaración de los propósitos personales de los socios (trabajo que se realiza de forma individual).
- Desarrollo de expectativas de los socios con la empresa (trabajo que se desarrolla de forma individual).
- Plenario entre socios y análisis de expectativas y propósitos personales.

Definición de roles.

Reconstrucción del propósito empresarial.

Bloque 2: Resolución estratégica

Etapa en la que se desarrolla a fondo la estrategia desde la visión integral de los socios, considerando aspectos técnicos y comerciales.

Objetivo del bloque: Tecnificar el propósito empresarial, transformándolo en objetivos y declaraciones estratégicas, para la correcta gestión de oportunidades comerciales.

Actividades y métodos de transferencia:

- Desarrollo de objetivo general.
- Creación de objetivos específicos.

- Generación de estructura organizacional.
Desarrollo práctico de funciones y procesos claves.
¿Cómo detectar una problemática u oportunidad de mercado?

Bloque 3: Scanner innovador

Aplicación de sistema de medición de potencial innovador y desarrollo de proyectos, además de la creación de nuevas soluciones a partir de oportunidades de mercado.

Objetivo del bloque: Transferir conocimientos técnicos para el desarrollo de proyectos innovadores, identificando el potencial de la *startup*.

Actividades y métodos de transferencia:

- Aplicación de encuesta de potencial innovador de Step Method.
- Tipos de innovaciones y emprendimientos.
- Taller práctico de metodología RUTTA para la presentación de proyectos en formato *pitch*.

Bloque 4: Work Method

Este bloque es el más extenso en términos de tiempo y considera la presentación de metodologías ya validadas por el ecosistema de innovación y emprendimiento (Design Thinking, Power Pitch Method, Canvas, Customer Development, Storytelling y Konkord), pero adaptadas a Step Method bajo un orden lógico y como recursos a la medida de las necesidades de las *startups*.

Objetivo del bloque: Presentar de una forma eficiente y práctica el uso de las metodologías de innovación y emprendimiento.

Actividades y métodos de transferencia:

- Presentación de metodologías.
- Trabajo práctico de adaptación de metodologías.

Bloque 5: Partner Plan

Desarrollo de plan anual de Step Method con acciones, resultados, indicadores, impacto y métodos de medición por OKR.

Objetivo del bloque: Elaborar un plan de trabajo dirigido a las expectativas de los socios, que permita guiar el proceso de innovación del equipo.

Actividades y métodos de transferencia:

- Explicación de sistema de OKR.
- Definición de actividades, resultados, indicadores.
- Desarrollo de impacto social e impacto medioambiental.
- Presentación de plataformas de seguimiento de OKR.

Bloque 6: Medición

Step Method cuenta con un sistema de medición y análisis a nivel colectivo para la generación de un nuevo diagnóstico para el plan del año siguiente. Es un sistema cíclico de aplicación constante para una *startup*.

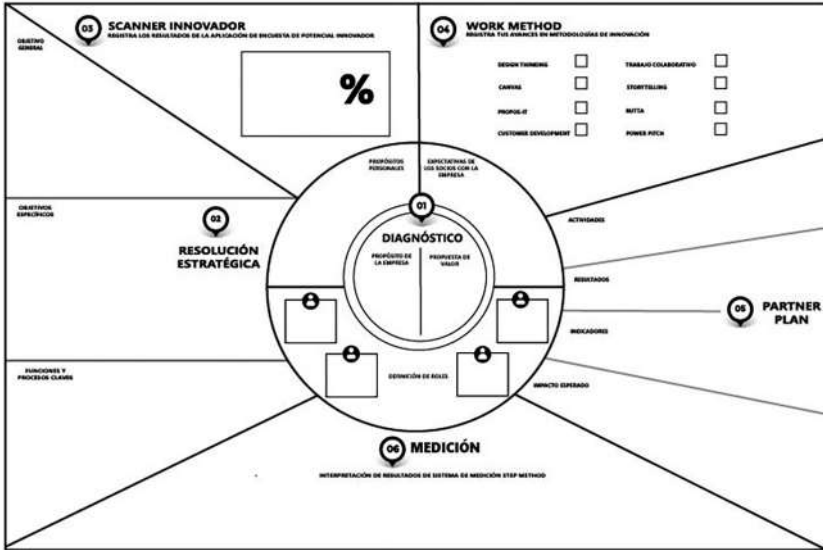
Objetivo del bloque: Presentar el modelo de medición de Step Method y cómo dar continuidad metodológica en períodos anuales.

Actividades y métodos de transferencia:

- Presentación de modelo de medición de Step Method.
- Trabajo práctico utilizando la herramienta de medición de Step Method.
- Interpretación de resultados y planificación del siguiente período.

Con la aplicación de este método podrán reducir la incertidumbre y aumentar la identidad emprendedora, pero esta vez de sus empresas, las que serán mucho más fieles a los socios que alcanzaron consenso y organización mediante Step Method.

STEP METHOD



LAS 16 CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDEDOR SOCIOCONSCIENTE

Dentro de la identidad emprendedora es clave la perspectiva del emprendedor o la emprendedora, cómo interactúa desde su propósito con la sociedad y el medioambiente y cómo es capaz de percibir el impacto que genera. Se habrán dado cuenta de que a lo largo de este libro promuevo las formas conscientes de vivir y por eso hago este enlace entre emprendimiento y consciencia, denominado emprendimiento socioconsciente.

Recordemos que el emprendedor socioconsciente:

Es aquella emprendedora o aquel emprendedor social que, por medio de la atención plena, potencia su capacidad de observar y escuchar, con el fin de entender de forma empática un problema social y/o medioambiental, colocándose en el lugar de los afectados y entendiendo sus aflicciones, con el fin de generar una solución de alto impacto para ellos.

Con este concepto interiorizado, es momento de que presentemos una lista de las principales características del emprendedor socioconsciente, y por qué son necesarias dentro de nuestro ADN:

1. **Calma y atención plena:** Uno de los principales factores que aportan a la obtención de mejores resultados es generar constantemente un estado de calma para procesar toda la información de mejor forma y para aplicar la atención plena. En un par de páginas detallaré los hábitos óptimos que debería tener un emprendedor y dentro de ellos explicaré cómo obtener la calma y la atención plena.
2. **Empatía:** Si no somos capaces de ponernos en el lugar de quienes sufren la problemática social, difícilmente podremos crear una solución representativa de todo lo que los aqueja. Por el contrario, corremos el riesgo de perder tiempo y dinero o, peor aún, transmitir una solución poco efectiva que termine dañando más que aportando.
3. **Altruismo:** Este concepto ya lo hemos abordado varias veces en varios capítulos del libro. Es el resultado de una forma consciente de pensar y la evidencia misma de nuestro compromiso de emprendedores. Esta característica es la que conecta la esencia del emprendedor con el verdadero impacto social que queremos lograr.
4. **Antimaterialismo:** Encontrar un antónimo de materialismo que sea representativo del concepto es bastante complejo, por lo que decidí acuñar ‘antimaterialismo’, para explicitar esta característica que los emprendedores van adquiriendo a medida que aumenta su compromiso y definen su propósito. Restar importancia a lo material es un fenómeno que aumenta a medida que nos adentramos en las problemáticas que viven las personas y el medioambiente, y es lo que nos

transforma en seres más empáticos. Por eso, todos los que desarrollamos algún tipo de emprendimiento social llegamos a la misma conclusión: «El dinero no es un fin, es tan solo un medio para ejecutar lo que nos hace felices».

5. **Impermanencia:** Nada dura para siempre y toda existencia material y física está condicionada al cambio. En otras palabras, la impermanencia tiene relación estrecha con el materialismo, pero desde el entendimiento y conceptualización de este. Un emprendedor socioconsciente debe comprender la impermanencia como un aspecto de la vida, para no entrelazarse con los aspectos negativos de esta sociedad contaminada.
6. **Ecuanimidad:** Este factor no es exclusivo de los emprendedores socioconscientes, de hecho, es algo que debería estar integrado en cada ser humano como pilar de vida, más aún en emprendimiento social, donde se debe disminuir lo que nos hace perder «nuestro centro» para comprender de mejor forma las problemáticas por abordar. La ecuanimidad es el punto central entre aversión y apego, entendiendo el primero como una serie de emociones atomizadas en las diversas variables del rechazo, mientras que el apego son aquellos sentimientos que nos provocan sufrimiento y que muchas veces confundimos con amor o felicidad. Por esta razón, mantenerse en calma y equilibrio potencia la ecuanimidad en nosotros.
7. **Visión comercial:** Tal como lo hemos comentado, el emprendimiento, en todas sus formas, debe garantizar la sustentabilidad y la continuidad de la iniciativa en el tiempo, y para ello debe incluir modelos de negocios que permitan generar ingresos. Los emprendedores sociales debemos tener una visión comercial, si no, estaríamos sosteniendo nuestras ideas en simples sueños y utopías.

8. **Visión social:** Es casi reiterativo decir que un emprendedor socioconsciente debe tener una visión social, si es que lo vemos desde un punto de vista semántico. Pero si hacemos un *scanner* y clasificamos a los emprendedores según su tipo de visión, nos daremos cuenta de que existen personas que no están comprometidas con la sociedad, sino que pareciera que buscan lucrar a partir de las necesidades de esta, lo que sin duda es decisión de cada uno y no debemos colocar un juicio o una crítica destructiva sobre esa forma de pensar. Sin embargo, si de verdad queremos alinearnos con lo que decimos que hacemos por la sociedad, debemos tener un negocio con objetivos claros y con un impacto comprobable en las personas y el ecosistema. Cuando carecemos de visión social solo nos queda el autobeneficio, y, como sabemos, todo lo que nace de este son simples manifestaciones del ego. Por eso es que la visión social es más importante de lo que parece.
9. **Resiliencia:** Es un elemento indispensable en el temple del emprendedor. Y acá hablamos de todo tipo de emprendedores, ya que caer y fracasar es propio de los que nos dedicamos a esto. Saber levantarnos es necesario, tanto así que termina siendo innato.

Como señalamos antes, podemos fracasar, pero no necesariamente procesar de forma correcta este fracaso. Muchas veces los emprendedores tienen una quiebra, deciden nunca más volver a emprender y quedan con una mala impresión del proceso. Esto ocurre porque la mayoría de los seres humanos responsabilizan a otros (mercado, clientes, proveedores, socios, etc.) de sus errores. El fracaso no es negativo ni positivo, solo es, por lo que debemos aceptarlo y no confundirlo con aprendizaje. Cuando fracasamos tenemos dos opciones: o aprendemos de él o no, y por eso no es lo mismo. Cuando

decidimos aplicar la autocrítica es el momento en el que más aprendemos del fracaso. También cuando podemos identificar en qué nos equivocamos y qué logramos rescatar para nuestro próximo emprendimiento. Ahí se activa la resiliencia.

10. **Creatividad:** El poder creativo, tal como lo hemos visto, proviene de la capacidad de observar y escuchar para lograr comprender problemas y oportunidades y, en consecuencia, poder crear soluciones de alto impacto. La creatividad es el gran activo de un emprendedor social, y más aún de uno socioconsciente.
11. **Liderazgo:** Una de las grandes manifestaciones de la caída del sistema tradicional es que comprendimos con claridad la diferencia entre jefes y líderes, y todos hemos visto artículos, libros, columnas y hasta memes de la diferencia entre ambos, por lo que sabemos el principio básico y las características del líder, y como moviliza aspectos positivos dentro y fuera de la *startup*. El líder nace y se hace, pero siempre desde la empatía, la positividad, la colaboración y la crítica constructiva.

Son claves los estados de consciencia para comprender qué proyecto lidero, a quiénes y cómo lo hago.

Por otro lado, el líder no se autoproclama solo por el hecho de tener un cargo, más bien es lo contrario: el liderazgo lo reconocen otros. La era del jefe abusivo se está hundiendo junto con el sistema tradicional para darles paso a los líderes y la colaboración.

Y con esto, te pregunto directamente: ¿quieres ser un líder o quieres ser un jefe?

12. **Equidad:** El sentido de equidad es el que da origen al principio de que todos somos seres humanos iguales frente a la vida, y que lo que nos diferencia son simples caracterizaciones de la sociedad, por lo que creer que una persona es

superior por su condición socioeconómica, aspecto físico, condición sexual, edad, origen étnico u otras, son manifestaciones de lo que llamo el ego social. Si esto no existiese, no se hablaría de estas supuestas diferencias entre unos y otros. El emprendedor socioconsciente trabaja para que los que sufren dejen de hacerlo y que la equidad brille y se levante como un valor de una sociedad que avanza y no está dispuesta a retroceder.

13. **Disciplina:** Una de las características que condicionan de mejor forma nuestro comportamiento, a la hora de hacer emprendimiento, es la disciplina. La rigurosidad en este aspecto es clave para disminuir los errores y aumentar los beneficios en torno a nuestra iniciativa. Siempre se ha dicho que los japoneses son disciplinados, y cómo no, si aprendieron de dos bombas atómicas y una despiadada guerra que dejó su país en el piso, para décadas después levantarse como una de las naciones líderes en desarrollo social y avance tecnológico, lo que se replica en Corea del Sur, países como los nórdicos y también Alemania.

En el caso de los emprendedores sociales no nos podemos dar el lujo de despilfarrar los recursos, y para ello el orden y el compromiso son el sustento de un escenario favorable para ejercer impacto social. Es importante tener en cuenta que la disciplina debe darse en todo orden, a nivel financiero, contable, administrativo, comercial, de *marketing*, creatividad, etc.

14. **Colaboración:** Sin colaboración nuestros emprendimientos poco horizonte tendrán. Basta con hacer una breve encuesta entre emprendedores y verás que esto es un absoluto. No existe emprendedor que no valore la colaboración y las instancias que la promueven como el *networking*. Siempre es importante colaborar, desde la interacción con

nuestro equipo hasta las alianzas que podamos formar con otras *startups* o la relación que podamos tener con clientes y proveedores.

15. **Desapego:** La diferencia entre amor y apego es que en el amor estamos felices y plenos, mientras que en el apego sufrimos por no lograr el amor que queremos. Esto lleva a las personas a la confusión y mala interpretación de las relaciones, cayendo en situaciones que terminan siendo tóxicas para uno y para el otro. Lo mismo pasa en el emprendimiento: debemos relacionarnos con nuestra iniciativa desde el compromiso y la continua autocrítica para eliminar aspectos negativos e integrar otros positivos, proceso propio del amor. Sin embargo, si caemos en el apego con nuestro proyecto o negocio, estaremos justificando constantemente nuestros errores, no lograremos ejercer autocrítica y menos pensar en mejoras.

Cuando el apego se hace presente en el emprendimiento podemos cometer errores como continuar con un negocio que ya está muerto por donde se mire o crear productos/servicios a partir de lo que yo considero relevante y no del mercado. Entonces, cuando expresamos la frase «No enamorarnos de nuestro negocio», realmente no hablamos de amor, hablamos de apego.

16. **Compasión:** Uno de los ejes claves de un emprendedor socioconsciente, y que también hemos abordado, es la compasión, característica que permite comprender mejor las problemáticas sociales y aplicar soluciones que den respuestas a ellas. La compasión es un sentimiento humano que se manifiesta desde el contacto y la comprensión del sufrimiento de otro ser.

Se compone de tres pasos en el caso de que quieras aplicarlo en un tercero, los cuales reiteraré para mantenerlos interiorizados:

- **Observación y escucha activa:** En este primer paso ejecutamos la atención plena para comprender el problema que nos plantea una persona o un grupo social.
- **Empatía:** Aplicamos el ejercicio de ponernos en el lugar de esta persona y/o grupo social, comprendiendo la problemática y el sufrimiento que los aqueja.
- **Rescate:** Una vez aplicada la empatía procedemos a eliminar el origen del sufrimiento, lo que también conocemos como el origen del problema.

Estas 16 características del emprendedor socioconsciente representan lo que te permitirá continuar con tu *upgrade* personal. Estos 16 elementos han demostrado ser eficientes y positivos al ser integrados como hábitos en nuestro diario vivir. Te sugiero que las consideres en este camino.

RUTTA, la metodología para estructurar un proyecto innovador

Este apartado se diseñó con el fin de explicitar la metodología Rutta para la creación de relatos innovadores a la hora de levantar capital público y privado. Quizás muchos de ustedes puedan estar en etapas tempranas y quieren reforzar sus ideas con una estructura ordenada que les permita plasmar su proyecto de manera organizada y clara.

¿Qué es RUTTA?

RUTTA es una metodología creada por Origo Lab para el desarrollo de un *pitch* efectivo a la hora de levantar capital público y privado, considerando quince bloques que conforman una presentación de alto nivel de un proyecto de social y/o de negocios. RUTTA considera tres dimensiones para aumentar la efectividad del *pitch*:

- **Relato:** Estructura organizada de quince bloques para un *pitch* sólido, empático e impactante.
- **Performance:** Dimensión relacionada con la comunicación kinestésica y la forma de cautivar mediante el control de los sentidos, la expresividad y el manejo del escenario.
- **RUTTA Design:** Desarrollo de una presentación (PPT) representativa del proyecto, tanto a nivel de diseño como de contenido.

Un emprendimiento socioconsciente tratado bajo la metodología de RUTTA tiene beneficios directos en la forma de comunicarlo, utilizando un *pitch* organizado y bien estructurado para lograr los objetivos que planteamos previamente. Dicha estructura posee quince bloques, algunos de ellos imprescindibles en el *pitch* y que están marcados con una estrella, lo que podemos apreciar en la siguiente imagen:



A continuación, se especifica la estructura.

1. **Flechazo:** Un componente muy importante de todo *pitch* se da al inicio y se refiere a cómo llamaremos la atención de la

audiencia. Por ejemplo, un dato impactante o alguna información de peso que despierte el interés por seguir escuchando. En este bloque es esencial enganchar en menos de diez segundos a tu audiencia, seduciendo y encantando. Como consejo, no hables del producto/servicio aún. Cuando elabores la lámina del Flechazo en tu presentación arma un mensaje claro y directo. Recuerda que la empatía y la observación que realices de tu audiencia es clave. Te aconsejo evita comenzar con una pregunta porque las respuestas pueden complicar tu *pitch*.

2. **Problemática u oportunidad:** Debes tener clara la problemática que estás abordando o la oportunidad de mercado que detectaste, detallando el contexto mundial y nacional (si es necesario) y aportando cifras, estadísticas y datos, siempre citando la fuente de la información. Tienes que describir la problemática o la situación en la que está implicado tu cliente, y sobre todo el motivo por el cual es tan atractivo para ellos resolver dicha situación.

¿Cuáles son las necesidades de nuestros clientes? Una necesidad debe estar relacionada con un cliente o una oportunidad de mercado importante, tal como lo hemos señalado. Lo ideal es que el mercado sea lo suficientemente grande como para merecer la inversión y el tiempo de desarrollo necesarios. Para tu presentación muestra la oportunidad de mercado con evidencia clara, y si es una problemática considera factores sociales y/o ambientales.

3. **Soluciones actuales:** Todo el mundo tiene alternativas. Debemos poder decirle a nuestro cliente o socio por qué nuestra solución representa el mejor valor. Para hacerlo, debemos comprender con claridad
4. **Solución:** En todo formulario o *pitch* de emprendimiento se solicita que explícites tu solución. En este bloque puedes

describir tu solución, pero te recomendamos que aún no nombres tu producto, solo la solución que entregarás. Presenta tu promesa de valor y destaca qué problema y oportunidad cubre. Si estamos elaborando un *pitch*, en esta lámina debes nombrar el factor diferenciador, lo que te hace especial. Debes destacar qué es y cómo funciona.

5. **Producto o servicio:** Ahora sí, en este bloque puedes hablar de tu producto o servicio. Puedes mostrar lo fácil que es adquirirlo. Te recomiendo mostrar los aspectos principales de tu propuesta. No pierdas tiempo en detalles técnicos que están de sobra, a menos que tu audiencia en el *pitch* posea alto conocimiento en esa materia.
6. **Mercado:** Para definir el mercado es importante arrojar cifras de este, tanto a nivel nacional como en el mundo, además de describir al detalle el segmento y las características más importantes. Muestra siempre gráficos que representen el mercado potencial y no olvides citar la fuente. En el *pitch*, esta lámina es muy importante para que puedas explicitar el mercado en el que se ubica tu propuesta de solución. Para esto, debes definir las características de la industria. Con seguridad esta lámina debe considerar las cifras. Muestra el tamaño del mercado en número de actores y dinero circulante, es decir cuánto mueve este mercado. Te puedes apoyar con gráficas claras del mercado o puedes profundizar en el TAM (mercado total), SAM (mercado disponible) y SOM (mercado objetivo).
7. **Clientes y/o usuarios:** Los más importante son los clientes y usuarios. Recuerda que el cliente es quien paga por tu producto o servicio y el usuario es quien recibe el beneficio o consume el producto o servicio. En algunos casos son distintos y en otros es el mismo individuo. Esto se definirá por

si es un negocio B2B o B2C. En este punto es clave definir la estrategia para abordarlos: ¿tú cliente es a la vez tu usuario? Cuando hagas el *pitch* debes mostrar claramente quién es tu cliente y/o usuario. Por ejemplo, si vas a abrir un almacén sería tentador decir que tu mercado objetivo es «todo el mundo», ya que todo el mundo compra insumos básicos y mercadería, ¿no? Pero, siendo realistas, tu nuevo almacén está orientado a un grupo específico de personas, quizás de un sector geográfico más cercano.

En este bloque del *pitch* también puedes identificar a los *early adopters*, quienes son los primeros clientes en adoptar un nuevo producto o tecnología antes que la mayoría de la población. Un buen ejemplo son aquellas personas que hacen la fila a las cuatro de la mañana para adquirir el nuevo iPhone. Es importante definir con claridad a los usuarios y clientes, resaltando aspectos como el lugar geográfico donde se concentran, aspectos socioeconómicos, rangos de edad, gustos, preferencias, etc.

8. **Modelo de negocios:** Nuestro proyecto debe tener una forma de generar ingresos, por la sencilla razón de que el emprendimiento debe perdurar en el tiempo y requiere ejercer gastos para su sobrevivencia. Esto aplica también para proyectos sociales, escolares e intraemprendimiento. El modelo de negocios es la forma en cómo comercializamos nuestros productos o servicios, eso incluye desde el canal de venta (venta directa, internet, etc.) hasta la relación con el cliente. Esto se puede profundizar con la metodología Canvas, donde se hace alcance a la propuesta de valor, que es finalmente el eje principal de todo emprendimiento y el corazón del modelo de negocios. Aquí también se consideran factores como el precio y la cadena de valor del producto.

¿Cómo comercializarás tu producto o servicio? Es importante tener en cuenta que, aunque tu idea sea muy innovadora, es difícil invertir en ella si no queda claro el modelo de negocios. No esperes que la audiencia piense en eso por ti. Explica en esta lámina de tu presentación cómo pretendes comercializar el producto o servicio o como generarás ingresos con tu iniciativa social.

9. **Competencias y/o sustitutos:** Las competencias y los sustitutos son siempre un requerimiento en los formularios de postulación o en las presentaciones en formato *pitch*. En algunos casos se recomienda usar tablas comparativas, destacando tus atributos respecto a la competencia. Un ejemplo muy bueno para explicitar la diferencia entre ambos es el siguiente: imaginémonos que somos dueños de un carrito de completos veganos y durante diez años hemos estado instalados en una esquina muy transcurrida y donde no existe otra empresa de comida alrededor, por lo que el nuestro es un negocio próspero y lucrativo. Sin embargo, la municipalidad decide ampliar la cantidad de patentes de este tipo en la zona, con lo que llegan tres carritos más, uno en cada esquina contraria. El primero es de frutas, el segundo es de agua y el tercero también es de completos veganos como nosotros. El carrito de frutas es un sustituto, ya que no es nuestro mismo producto, pero el cliente puede elegir entre completos veganos y frutas en caso de querer comer algo, repartiendo así entre ambos el mercado, según gustos y preferencias. En el caso del otro carrito de completos es directamente la competencia, ya que el cliente decide por el factor diferenciador del completo y el precio de este, lo que hace más competitivo al mercado y, de nuevo, hay alguien más con quién compartir la torta. Por último, queda el carrito de agua. Por ningún

motivo deberíamos vender agua y competir con ellos, ya que tenemos que transformarlos en un aliado de nuestro negocio por dos grandes razones: la primera es que podemos generar estrategias en conjunto y crear nuevos ingresos, y la segunda es porque si ellos fracasan la esquina quedará disponible para un eventual competidor o sustituto.

10. **Marketing:** Siempre nos consultarán la estrategia que tenemos para promocionar nuestro producto o servicio, cómo lo posicionamos en el mercado para reducir las pérdidas y, por ende, ampliar el rango de ganancia. La estrategia de *marketing* debe considerar el plan de colocación de precio según el mercado (*pricing*), definir la plaza donde se comercializará, el sistema de promoción en medios y redes sociales y la estrategia de mejora continua de la oferta de productos o servicios. Aquí es donde vestimos de gala nuestro emprendimiento y lo hacemos llamativo para atraer clientes. En el *pitch* de esta lámina debes informar cómo llamarás la atención de tus clientes. Podrías establecer una estrategia según tu segmento. Elige un canal prioritario para tu estrategia. Ejemplos: redes sociales, gestión de prensa, publicidad, etc. También es necesario considerar la prospección y conversión. En otras palabras, cuántos clientes de los que contacto te dan una reunión y cuánto de ellos terminan comprando.
11. **Ventas estimadas:** Es muy frecuente que las instituciones que entregan subsidios para proyectos de emprendimiento e innovación soliciten mayor profundidad en la propuesta para asignar los fondos con mayor foco y precisión. En estos casos debemos saber cuánto cuesta producir nuestra solución, cuál es su precio para el mercado, cuántas veces venderemos una unidad de ese producto o servicio, y cuánto nos quedará como utilidad después de todos los gastos. Con estos datos

puedes proyectar de forma básica el crecimiento esperado de tu negocio.

También es posible que se solicite más profundidad en estos datos y que se pida un flujo de caja u otros antecedentes financieros de la empresa. En estos casos se recomienda que uno de los socios posea ese conocimiento. Por lo general, este tipo de solicitudes más profundas van asociadas a un mayor grado de innovación del proyecto y a fondos de capital mayor.

12. **Impacto y logros:** En el *pitch* de esta lámina debes mostrar evidencias de tus resultados previos en materia de impacto. Te recomendamos que te apoyes en fotografías propias. Si tienes un cliente importante, nómbralo. Presenta cifras de impacto. Por ejemplo, cantidad de personas impactadas, reducción de costos, valor hacia la industria. Aprovecha los testimonios de tus clientes. En el caso de los emprendimientos sociales el *pitch* debe enlazar la problemática con quienes la sufren, mediante el impacto cuantificable y comprobable. Si bien no es recomendable mostrar videos en un *pitch*, sí pueden estar presentes en una formulación o en una reunión. La diferencia entre el impacto y los logros es que el primero tiene foco 100 % en lo social y apunta a esclarecer cómo resolvimos el problema de un grupo de personas, mientras que el segundo punto sirve para mostrar aspectos positivos en ventas, concursos ganados, premios otorgados, publicaciones en medios masivos, inversión y apoyo.
13. **¿Qué buscamos?:** Especifica en esta lámina qué harías si logras levantar fondos o ganar el concurso al que estás postulando para financiar tu proyecto innovador. muestra en qué invertirías ese dinero que solicitas. Se sugiere colocar un presupuesto acotado en caso de integrarlo. Sé claro en lo que pides, no más de

tres objetivos. Muestra qué resultados tendrás si logras el apoyo. Este bloque sirve para aclarar con detalle en qué invertiremos el dinero del subsidio, pero también pueden plantearse objetivos de impacto. Por ejemplo: reducir a cero agentes contaminantes en la comuna de Temuco.

14. **Equipo:** En todo *pitch* o formulario de postulación se solicitarán los antecedentes del equipo de trabajo, donde se deberá describir a cada persona, nombrando sus cargos, estudios, logros y experiencia, además de su pertinencia con el proyecto. Es importante recordar que siempre será mejor poseer un equipo multidisciplinario, donde los integrantes se complementen, según roles y perfiles, a un emprendimiento dirigido por una sola persona que hace todo. No olvidemos que las instituciones que entregan dinero lo hacen esperando que una empresa perdure y crezca en el tiempo, y no que falle por inexperiencia o inoperancia.
15. **Cierre:** Este bloque solo aplica para la presentación de un *pitch* más que la estructura misma de un proyecto innovador. Dicho esto, te recomiendo que en la última lámina de tu presentación uses una imagen impactante para cerrar. Recuerda que luego de hacer el *pitch* vienen las preguntas del jurado, por lo que esta lámina será la que más tiempo estará. Aprovéchala. También puedes insertar de nuevo tu logo y los datos de tu empresa. Nunca coloques en esta lámina la frase «Muchas gracias» porque es una pérdida de espacio y tiempo. Mejor da las gracias con palabras y aprovechar la PPT para recordar los logros y/o cifras críticas de tu emprendimiento social.
16. **Extras:** Como aspectos extras, para emprendimientos socioconscientes, podríamos agregar el propósito o la propuesta de valor como láminas aparte. De ser así sugiero que

estén presentes en la lámina de solución o en la de modelo de negocios, según la pertinencia y dependiendo de la naturaleza del producto o servicio.

- Un bloque, una lámina idealmente.
- Las imágenes son más poderosas que las palabras.
- Usar gráficos, datos estadísticos, números y cifras.
- Nombra siempre los estudios y las fuentes.
- Habla de forma tranquila y segura.
- Identifica tus muletillas.
- Si vas a asegurar algo, dilo a los ojos de tu cliente.
- Investiga y define a tu audiencia.
- Respeta los tiempos y usa láminas de respaldo.

Capítulo 5

PROPOS-IT: LA METODOLOGÍA

A lo largo de este libro hemos analizado de forma detallada todo lo que rodea al propósito de día, observando desde nuestro entorno hasta la creación de este y las metodologías Step Method y RUTTA como refuerzos, en alineamiento de socios en el caso de la primera, y en la construcción de proyectos y un *pitch* de calidad con la segunda. Además, hemos revisado de dónde provienen nuestras mayores limitaciones externas, con el sistema tradicional como protagonista, y también profundizamos en los aspectos internos que una persona debe resolver para alinear sus gustos y preferencias con sus habilidades y talentos, y como la calma y la ecuanimidad son estados necesarios para avanzar a nivel personal y laboral.

Ahora es momento de entrar en el desarrollo de propósitos para emprendimientos, proyectos de negocios, iniciativas sociales, empresas comunes o innovaciones socioconscientes. Para ello utilizaremos el método Propos-It, diseñado en Origo Lab y orientado a la construcción de propósitos en *startups* y proyectos innovadores, con el fin de plasmar el sueño del equipo fundador en una declaración fiel a sus principios y valores, explicitando el impacto que se busca generar, de forma clara y breve, y considerando aspectos técnicos y comerciales. La aspiración es transformar este método en una solución integral que venga a reforzar la promesa de valor y el producto o servicio que hay detrás.

El propósito de un emprendimiento es reconocido como una declaración cocreada entre los miembros fundadores de una *startup*. Representa el fin último de toda iniciativa empresarial, comprendiendo el qué y el cómo de un proyecto, y alineando la visión del equipo con el impacto social y medioambiental, sobre el éxito económico, lo que da origen a Propos-It.

Para comenzar, debes considerar que Propos-It cuenta con ocho etapas:









1. *Up Line & Down Line*
2. Introspección
3. *Scanner* interno
4. *Scanner* externo
5. *Brainwriting*
6. Declaración y ajuste
7. Validación
8. Lealtad y medición

Revisa aquí el video de propósito empresarial de Propos-It



Cada una de estas etapas es un paso correlativo en la construcción del propósito empresarial, por lo que debes ejecutarlas de forma integral en el tiempo en el panel de Propos-it que te presentamos a continuación.

PANEL PROPOS-IT

<p>1) DOWN LINE & UP LINE </p> <p>Separa lo positivo de lo negativo de tu proyecto y equipo.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p style="text-align: center;">UP LINE</p> <hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <p style="text-align: center;">DOWN LINE</p> </div>	<p>2) INTROSPECCIÓN </p> <p>Revisa los aspectos positivos que nos costamos en el paso anterior.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p style="text-align: center;">NEGATIVO</p> <hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <p style="text-align: center;">DISEÑO INTERNO</p> </div> <p style="font-size: small; margin-top: 10px;">Toma los factores negativos, y transformalos en positivos por medio de la creación de diseños internos.</p>	<p>3) SCANNER INTERNO </p> <p>Transforma los aspectos positivos en ventajas.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p style="text-align: center;">POSITIVO</p> <hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <p style="text-align: center;">VENTAJA</p> </div>	<p>4) SCANNER EXTERNO </p> <p>Analiza todos los aspectos externos que rodean el proyecto y rescata los atributos valorados.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <p style="text-align: center;">VALORIZACIÓN DE INTERCEDIOS</p> <hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/> <p style="text-align: center;">ATRIBUTO VALORADO</p> </div>																
<p>5) BRAINWRITING </p> <p>Registra las ideas de propósitos.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 20%; text-align: center; font-size: small;">IDEA 1</td> <td style="width: 80%;"></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; font-size: small;">IDEA 2</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center; font-size: small;">IDEA 3</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	IDEA 1		IDEA 2		IDEA 3		<p>6) DECLARACIÓN Y AJUSTE </p> <p>Realiza ajustes a cada una de las 3 ideas y conéctalas en propósitos declarados.</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin-top: 10px;"> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tbody> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITOS PREVIOS</p> <p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITO PREVIO 1</p> <p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITO PREVIO 2</p> <p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITO PREVIO 3</p> </td> <td style="width: 50%; padding: 5px;"> <p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITO FINAL</p> </td> </tr> </tbody> </table> </div>	<p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITOS PREVIOS</p> <p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITO PREVIO 1</p> <p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITO PREVIO 2</p> <p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITO PREVIO 3</p>	<p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITO FINAL</p>	<p>7) VALIDACIÓN </p> <p>Valida tu propósito con tus early adopters.</p> <p>SIMPLE PROPOS-IT Registra los resultados de la aplicación de esta herramienta. Un resultado refiere a 10 ideas ser consideradas como atractivas.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center; font-size: small;">CANTIDAD DE ENTREVISTADOS</td> <td style="width: 50%; text-align: center; font-size: small;">PUNTAJE OBTENIDO</td> </tr> <tr> <td style="height: 40px;"></td> <td style="height: 40px;"></td> </tr> </tbody> </table>	CANTIDAD DE ENTREVISTADOS	PUNTAJE OBTENIDO			<p>8) LEALTAD Y MEDICIÓN </p> <p>Revisa si el propósito sigue siendo representativo para la startup.</p> <p>MEDICIÓN PROPOS-IT Registra los resultados de la aplicación de esta herramienta. Un resultado refiere a 20 en un total de que nuestro propósito ha quedado sólido.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <tbody> <tr> <td style="width: 50%; text-align: center; font-size: small;">INTEGRANTE DEL EQUIPO</td> <td style="width: 50%; text-align: center; font-size: small;">PUNTAJE OBTENIDO</td> </tr> <tr> <td style="height: 40px;"></td> <td style="height: 40px;"></td> </tr> </tbody> </table>	INTEGRANTE DEL EQUIPO	PUNTAJE OBTENIDO		
IDEA 1																			
IDEA 2																			
IDEA 3																			
<p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITOS PREVIOS</p> <p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITO PREVIO 1</p> <p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITO PREVIO 2</p> <p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITO PREVIO 3</p>	<p style="font-size: x-small; margin: 0;">PROPÓSITO FINAL</p>																		
CANTIDAD DE ENTREVISTADOS	PUNTAJE OBTENIDO																		
INTEGRANTE DEL EQUIPO	PUNTAJE OBTENIDO																		

Descarga aquí el panel de Propos-It



Esta herramienta de trabajo, denominada panel de Propos-it, es un recurso que debe ser utilizado como la gran bitácora del propósito empresarial, y se completa a medida que se avanza en cada una de sus etapas.

Es importante destacar que este método no es aplicable en una hora o en un día, es más bien una metodología que te apoyará en el plazo que tu equipo requiera para poder crear el propósito, ya que parte de estas fases requieren de la interacción con terceros.

Para iniciar debemos entender que al igual que un propósito de vida, el propósito de un emprendimiento debe representar el alma de la iniciativa y desarrollarse desde la empatía con nuestros clientes y usuarios, además de ser fiel a lo que decimos, hacemos y pensamos.

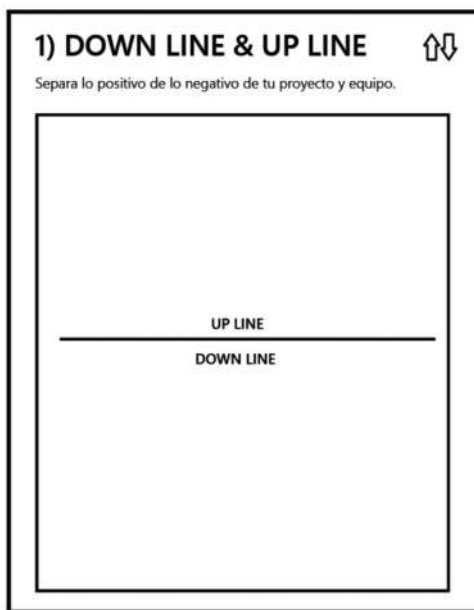
Para ello, proponemos seguir los pasos que contempla la metodología de Propos-it.

Paso 1: Down Line & Up Line

Como punto de partida es necesario descubrir cuáles son los aspectos positivos y negativos que identificamos en nuestro futuro emprendimiento. Para ello, utiliza el panel de Propos-It y considera la

línea horizontal como un punto de división, donde todo lo que vaya sobre ella represente lo positivo de tu emprendimiento, mientras lo que está por debajo de la línea, los aspectos negativos.

La idea es saber con claridad cuáles son los conceptos positivos de nuestra propuesta y de nuestro equipo de trabajo, con el fin de recoger todo aquello que sea beneficioso para la construcción del propósito, dejando de lado el residuo de la negatividad y lo que no nos permite avanzar.



Paso 2: Introspección

En este paso es necesario analizar con tu equipo de trabajo los aspectos positivos que rescataron en el paso anterior, destacando los principales conceptos que definan de forma fiel lo que son y lo que harán. También se debe analizar los factores negativos y transformarlos en positivos por medio de la creación de desafíos internos. Este es el momento de la autocrítica,

por lo que el análisis debe ser en un estado de colaboración y calma, que permita hacer surgir lo mejor de todo el *team*. En el panel, específicamente en la parte superior, escribe o coloca los *post-it* con los aspectos positivos del recuadro anterior, y abajo los aspectos negativos, transformándolos en desafíos concretos.

Ejemplo:

- **Aspecto negativo:** Falta de comunicación en el equipo.
- **Desafío:** Establecer reuniones diarias para aumentar el diálogo.

2) INTROSPECCIÓN 

Revisa los aspectos positivos que rescatamos en el paso anterior.

Toma los factores negativos y transórmalos en positivos por medio de la creación de desafíos internos.

NEGATIVO	DESAFÍO INTERNO

Paso 3: Scanner interno

Con los aspectos positivos y negativos analizados, damos paso a un *scanner* interno de tu emprendimiento, destacando sus principales ventajas. Aquí solo se incluye lo relacionado con tu proyecto y el equipo y se realiza desde el punto de vista emocional más

que técnico, rescatando la propuesta de valor como un elemento clave, si es que está construida. En caso contrario, debemos desarrollarla o identificar cuál es el elemento emocional que tu cliente más valora de tu producto o servicio.

Utiliza el recuadro de este tercer bloque para rescatar los aspectos positivos y transformarlos en ventajas declaradas.

Ejemplo:

- **Aspecto positivo:** Buen clima laboral y fácil toma de acuerdos.
- **Ventaja:** Cohesión.

3) SCANNER INTERNO 

Transforma los aspectos positivos en ventajas.

POSITIVO	VENTAJA

El diagrama muestra un recuadro con un título '3) SCANNER INTERNO' y un icono de avión. Debajo del título, se indica 'Transforma los aspectos positivos en ventajas.'. El recuadro principal está dividido en dos columnas: 'POSITIVO' a la izquierda y 'VENTAJA' a la derecha, separadas por una línea vertical.

Paso 4: Scanner externo

En este paso corresponde el análisis de todos los aspectos externos que rodean nuestro proyecto, como el mercado, los usuarios, clientes, proveedores, aliados y *stakeholders* en general. Este análisis no debe sustentarse en indicadores duros. Por el contrario, debe enfocarse en lo que ellos esperan de tu producto

o servicio y cómo interactuamos a nivel emocional para cubrir sus necesidades. Aquí es clave no confundir este análisis con una investigación de mercado. El *scanner* debe ser realizado para obtener antecedentes que sean de uso interno y que permitan perfilar la construcción de un propósito, el cual nunca se debe confundir con un eslogan marquetero.

Para esto es necesario que escojas una muestra de tus clientes, *early adopters* (en caso de tenerlos), o lo que serían tus usuarios y consúltales los tres aspectos que más valoran de tu producto, servicio o iniciativa. Anota los resultados en el bloque 4 del panel de Propos-It, específicamente donde dice ‘Valorización de Mercado’, y luego transfórmalos en ‘Atributos Valorados’ que queden bien estipulados.

Ejemplo:

- **Valorización de mercado:** Valoran que abra mi panadería todos los días a la hora indicada.
- **Atributo valorado:** Puntualidad.

4) SCANNER EXTERNO 	
Analiza todos los aspectos externos que rodean el proyecto y rescata los atributos valorados.	
VALORIZACIÓN DE MERCADO	ATRIBUTO VALORADO
<hr/>	

Paso 5: Brainwriting

Para continuar con la construcción del propósito de tu emprendimiento debes reunir a tu equipo de trabajo para ejercer una dinámica de *brainwriting* que permita consensuar criterios de mejor forma. Para quienes no conocen este término, les explico que: «El *brainwriting* o escritura de ideas es una dinámica de grupo similar al *brainstorming*, pero con la peculiaridad de que los participantes escriben en un papel sus ideas antes de ponerlas en común con los demás». Sus creadores son Leigh Thompson y Loran Nordgren, profesores en la Kellogg School of Management, en Estados Unidos.

Revisa aquí el video explicativo de *Brainwriting*



Las fases para desarrollar esta técnica en Propos-It son:

1. **Define el problema a tus invitados:** Cuando hayas decidido quiénes son los participantes en tu sesión de *brainwriting*, explícales el tema sobre el que tratará la reunión, en este caso el desarrollo de ideas para el propósito empresarial. Es importante que puedan preparar la sesión para que sean más productivos y creativos cuando los cites.
2. **Generar ideas individualmente:** Ya sea en la sesión o antes de ella, la clave del éxito del *brainwriting* es el trabajo individual previo a la puesta en común. Cada uno de los invitados

escribirá sus ideas de propósitos de forma individual, considerando lo contenido en los bloques precedentes.

Es importante aclarar que *brainwriting* es la forma en que se salvan la mayoría de los inconvenientes que presenta el *brainstorming*. Hay tiempo para pensar sin interrupciones, las ideas de todos valen lo mismo, no existe el efecto de primacía al expresar las ideas y se aprovecha al máximo la fase de pensamiento y discusión.


3. **Recopilar las ideas:** Es el momento de recoger las ideas que todos han escrito. Lo puedes hacer por correo electrónico u hojas individuales escritas a mano, esto dependerá del método que apliques en el *brainwriting*. Una vez obtenidas, pega cada idea en el panel de Propos-It, específicamente en la parte superior del bloque 5.
4. **Explicar las ideas:** A cada persona se le asigna un tiempo para que explique al resto sus ideas. No hay interrupciones ni opiniones ni valoraciones. Solo habla el autor y el resto escucha.
5. **Discusión sobre las ideas de todos:** Es el momento de hablar sobre las ideas en torno al propósito de cada integrante. Es importante destacar que no es el momento de generar más ideas, sino de opinar sobre ellas, evaluarlas y medir sus efectos. Se recomienda emplear no más de diez minutos en esta actividad.
6. **Votar las ideas:** Es momento de decidir cuál de estas propuestas es la más conveniente para lograr el objetivo planteado. Para esto utilizaremos un nuevo recurso denominado 'Propos-It Brainwriting', con el cual se podrá votar al igual que una papeleta de elecciones y tendrás la posibilidad de evaluar hasta cuatro ideas. En caso de haber más propuestas en el panel solo imprime las papeletas que se requieran para ejercer la votación.

<p>IDEA:</p> <p>Me representa</p> <p>Representa al equipo</p> <p>Representa al producto/servicio</p> <p>Representa al "qué es"</p> <p>Representa al "cómo lo hago"</p> <p style="text-align: center;">PUNTAJE</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 12.5%;">5</td><td style="width: 12.5%;">4</td><td style="width: 12.5%;">3</td><td style="width: 12.5%;">2</td><td style="width: 12.5%;">1</td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </table>	5	4	3	2	1																															<p>IDEA:</p> <p>Me representa</p> <p>Representa al equipo</p> <p>Representa al producto/servicio</p> <p>Representa al "qué es"</p> <p>Representa al "cómo lo hago"</p> <p style="text-align: center;">PUNTAJE</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 12.5%;">5</td><td style="width: 12.5%;">4</td><td style="width: 12.5%;">3</td><td style="width: 12.5%;">2</td><td style="width: 12.5%;">1</td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </table>	5	4	3	2	1																															<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 50%;">TOTAL</td><td style="width: 50%;"></td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	TOTAL				<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 50%;">TOTAL</td><td style="width: 50%;"></td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	TOTAL			
5	4	3	2	1																																																																															
5	4	3	2	1																																																																															
TOTAL																																																																																			
TOTAL																																																																																			
<p>IDEA:</p> <p>Me representa</p> <p>Representa al equipo</p> <p>Representa al producto/servicio</p> <p>Representa al "qué es"</p> <p>Representa al "cómo lo hago"</p> <p style="text-align: center;">PUNTAJE</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 12.5%;">5</td><td style="width: 12.5%;">4</td><td style="width: 12.5%;">3</td><td style="width: 12.5%;">2</td><td style="width: 12.5%;">1</td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </table>	5	4	3	2	1																															<p>IDEA:</p> <p>Me representa</p> <p>Representa al equipo</p> <p>Representa al producto/servicio</p> <p>Representa al "qué es"</p> <p>Representa al "cómo lo hago"</p> <p style="text-align: center;">PUNTAJE</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 12.5%;">5</td><td style="width: 12.5%;">4</td><td style="width: 12.5%;">3</td><td style="width: 12.5%;">2</td><td style="width: 12.5%;">1</td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </table>	5	4	3	2	1																															<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 50%;">TOTAL</td><td style="width: 50%;"></td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	TOTAL				<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td style="width: 50%;">TOTAL</td><td style="width: 50%;"></td></tr> <tr><td> </td><td> </td></tr> </table>	TOTAL			
5	4	3	2	1																																																																															
5	4	3	2	1																																																																															
TOTAL																																																																																			
TOTAL																																																																																			

Descarga aquí el panel de Propos-It *Brainwriting*



Posterior a esto, las tres ideas con más votos se identifican en el panel. Puedes introducir una variante en la votación y decidir seleccionar tres de las propuestas y ponderarlas. De esta forma, podrás debatir sobre ellas con tu equipo y tener tres opciones tangibles. La votación para elegir las tres ideas base debe ser anónima.

5) BRAINWRITING 	
Registra las ideas de propósitos.	
<div style="border: 1px solid black; height: 100px; width: 100%;"></div>	
IDEA 1	PUNTAJE OBTENIDO
IDEA 2	PUNTAJE OBTENIDO
IDEA 3	PUNTAJE OBTENIDO

Paso 6: Declaración y ajuste

Aquí se analizan en profundidad las tres ideas que surgieron en el paso anterior y se desarrollan ajustes para transformarlas en propósitos declarados. Esta proclamación, como especificamos antes, debe ser sencilla y concisa, y expresada en tan solo una frase. Para transformar las ideas en propósitos, utiliza el panel de Propos-It y considera el siguiente ejemplo:

- **Idea:** Apoyar al adulto mayor en evitar la caída de pelo con nuestro bálsamo especial.
- **Propósito previo:** «Aportar al bienestar y la salud de la tercer edad, desde su cuidado físico e integral».

Con los tres propósitos previos armados se desarrolla otra votación que, a diferencia de la realizada en el *brainwriting*, es abierta y donde cada integrante justifica su respuesta. En caso de no haber consenso en una opción se reducen a dos los propósitos y luego se vota hasta lograr el propósito final. Una variación interesante que se puede aplicar es que, una vez obtenido el propósito final, se vuelva a ajustar con elementos de los propósitos descartados. Puede que alguna parte de esos propósitos sirva.

6) DECLARACIÓN Y AJUSTE 	
Realiza ajustes a cada una de las 3 ideas y conviértelas en propósitos declarados.	
PROPÓSITOS PREVIOS	PROPÓSITO FINAL
PROPÓSITO PREVIO 1	
PROPÓSITO PREVIO 2	
PROPÓSITO PREVIO 3	

Paso 7: Validación

Con el propósito definido y aprobado por los miembros del equipo, se da paso a la publicación y difusión del mismo en las herramientas comunicacionales: redes sociales, imagen corporativa y sitio web. En caso de que la empresa que está desarrollando su propósito sea de mayor tamaño es importante informar al resto de los trabajadores de este proceso. Es substancial que se comunique a todos los colaboradores para generar compromiso con los nuevos desafíos.

7) VALIDACIÓN	
Valida tu propósito con tus <i>early adopters</i> .	
SIMPLE PROPOS-IT	
Registra los resultados de la aplicación de esta herramienta. Un resultado inferior a 10 debe ser considerada como antecedente.	
EARLY ADOPTER	PUNTAJE OBTENIDO

Esta comunicación del propósito se debe complementar con una validación externa de los principales clientes, aliados y proveedores. Sin embargo, debe ser considerada solo como una referencia, ya que el propósito no es como la visión o misión, no busca mostrar una imagen empresarial para generar dinero, sino más bien alinear los objetivos de los fundadores y unificar criterios respecto al motor de la iniciativa y el camino que se debe recorrer para alcanzar las metas.

Para validar debemos seleccionar un grupo de clientes y/o usuarios, de preferencia *early adopters*, y les consultamos mediante la herramienta ‘Simple Propos-It’, si el propósito seleccionado representa tu empresa, producto o servicio, y luego califican el propósito empresarial en esta misma papeleta, calificando con 5 la máxima puntuación y 1 la mínima. Un puntaje menor a 10 por papeleta debe ser considerada como antecedente.

SIMPLE PROPOS-IT

ENTREVISTADO:

	5	4	3	2	1	
¿Nuestro propósito representa a nuestra startup?						
¿Nuestro propósito representa nuestro producto/servicio?						
¿Cómo calificas nuestro propósito?						TOTAL
PUNTAJE						

* Una respuesta menor a 10 puntos debe ser considerada como antecedente.

Descarga aquí el panel de Simple Propos-It




Descarga aquí el panel de Medición Propos-It



Por otro lado, está la medición. Es importante contemplar un sistema que nos permita evaluar, de forma constante, si el propósito sigue vigente o ya caducó, según nuestros objetivos y, por otra parte, levantar indicadores con respecto al grado de alineamiento entre los colaboradores y el propósito. Para ello, se puede utilizar otro recurso denominado 'Medición Propos-It', que es otra papeleta de evaluación del propósito empresarial, pero visto ahora desde la perspectiva de los socios y donde deben evaluar su vigencia.

En la papeleta, 10 significa el máximo y 1 el mínimo. En el panel anota los nombres de cada integrante y su puntuación final.

Si el puntaje promedio de la votación de todos los miembros del equipo es menor a 7, el propósito debería ser cuestionado y preferentemente rearmado, volviendo al bloque número 1 del panel de Propos-It, lo que significa un ciclo cumplido desde el inicio del propósito.

8) LEALTAD Y MEDICIÓN 

Revisa si el propósito sigue siendo representativo para la *startup*

MEDICIÓN PROPOS-IT
 Registra los resultados de la aplicación de esta herramienta. Un resultado inferior a 20 es señal de que nuestro propósito ha quedado obsoleto.

INTEGRANTE DEL EQUIPO	PUNTAJE OBTENIDO

Recordemos que el propósito puede variar en el tiempo, ser mejorado y optimizado. No es una declaración inamovible y escrita en roca. Por el contrario, es un organismo vivo que representa a tu equipo y sus fines, y como estos cambian, el propósito debe ser también adaptado.

PLAN DE IMPLEMENTACIÓN

Como complemento de la metodología de Propos-It hemos creado un plan de implementación para aquellas empresas o *startups* que lleven un período más amplio de funcionamiento y que deseen integrar su propósito actualizado a la organización.

Revisa aquí el video de Plan de Implementación de Propos-It



Para ello se proponen estos nueve pasos:

1. Validación del propósito empresarial

Una vez desarrollado el propósito empresarial con la metodología de Propos-It, es bueno volver a validarlo en caso de que no haya sido construido por los socios principales. Existen muchos casos en los que jefaturas y gerencias llevan a cabo procesos como estos y luego los informan a los directores y socios.

Si bien siempre se recomendará que los socios de una *startup* sean los encargados de diseñar el propósito empresarial, existen casos donde las organizaciones son de mayor tamaño, recomendándose integrar Propos-It con este plan de implementación.

Para validar el propósito empresarial con una plana ejecutiva o directores (en caso de ser necesario), se puede utilizar la herramienta de Medición Propos-It y definir su permanencia y reforma.

2. Planteamiento de objetivos

Una vez obtenida la validación es momento de plantear los objetivos de cómo se implementará el propósito empresarial en

la organización. Para ello debes generar un objetivo general y máximo cuatro objetivos específicos. Te recomiendo seguir los consejos señalados en este mismo libro, en el apartado proyecto de vida, para objetivo general y específicos.

El planteamiento de objetivos debe ser claro y contener la totalidad de las metas a obtener con las acciones que se realizarán.

3. Planificación multiestratégica

Antes de continuar con las actividades de implementación, se recomienda realizar una planificación multiestratégica que reúna a representantes de departamentos de finanzas, innovación, producción, comercial, *marketing* y administración. Para ello, se debe realizar una reunión para que cada equipo establezca su estrategia interna para difundir el propósito empresarial en sus respectivos departamentos, alineándose con las otras gerencias a fin de lograr una coordinación exitosa.

4. Actividades de implementación

Una vez establecido el formato en que se informará el propósito empresarial a los colaboradores, es momento de que cada departamento establezca acciones con resultados e indicadores asociados, con el fin de medir el proceso.

Para ello, el líder debe velar por la coordinación de las actividades y su lógica con los objetivos antes trazados. De contraponerse una actividad con un objetivo, es necesario rearmar la actividad.

Para estos fines utiliza el siguiente recurso:

ACTIVIDADES DE IMPLEMENTACIÓN

Cada departamento establece acciones con resultados e indicadores asociados, con el fin de medir el proceso. 

TIEMPO	ACTIVIDAD	RESULTADO	RESPONSABLE	INDICADOR

Descarga aquí las actividades de implementación

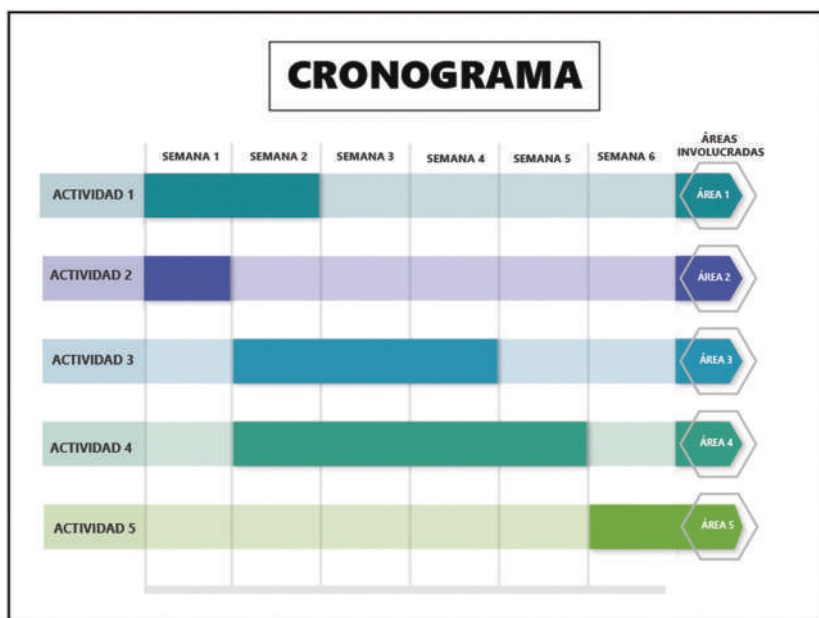


5. Cronograma

Con las actividades, resultados e indicadores levantados, es momento de generar un cronograma que permita coordinar por

áreas la comunicación final del propósito empresarial a todas las personas de la empresa.

Para ello, te recomiendo usar el siguiente formato:



Descarga aquí el cronograma de Propos-It



6. Comunicación interna

Con todo lo anterior resuelto, es momento de llevar a cabo la comunicación en la organización. No olvides que este proceso debe ser encabezado por la o las personas que lideran la empresa, más aún si hablamos de una pequeña. Y es en este punto donde los colaboradores deben estar al tanto del propósito empresarial.

Está de más decir que la estructura de *marketing* jugará un rol fundamental en este proceso, por lo que debes tener un departamento de comunicaciones y *marketing* de alto nivel o, en su defecto, un profesional experto para estos fines.

7. Hitos y análisis

Una vez comunicado el propósito empresarial a los colaboradores, es necesario consultar continuamente su vigencia. Para ello se deben establecer tres hitos de revisión como mínimo al año:

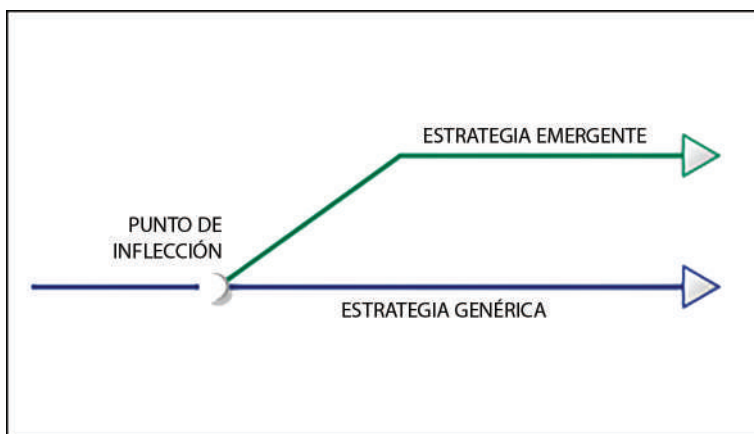
- Trimestral
- Semestral
- Anual

En cada hito de análisis de la vigencia del propósito empresarial, el equipo directivo debe volver a utilizar el recurso de medición Propos-It.

8. Estrategia emergente

En caso de que existan diferencias entre los socios, que obliguen a reconstruir el propósito, se recomienda comenzar con la metodología de Propos-it, pero manteniendo el propósito actual y su estrategia hasta lanzar la nueva propuesta, la que se sostiene en este concepto que denominamos 'Estrategia emergente'.

Esta estrategia emergente continúa su desarrollo bajo Propos-It hasta ya tener todas las aprobaciones para generar el cambio a nivel comunicacional y de *marketing*, y luego de eso se difunde mediante el Plan de Implantación.



Una de las ventajas que tienen las empresas que ya han creado un propósito, y quieren mejorarlo, es que ya conocen la metodología y, por ende, la libertad creativa de los socios será más amplia a nivel individual y más colaborativa a nivel colectivo.

9. Consecuencia y asimilación

Cuando ya abandonamos el proceso de crear e implementar un propósito, es importante que como fundadores, socios o colaboradores de una *startup* estemos al tanto de la vigencia del propósito como algo que conecta nuestro propósito de vida con la forma como queremos generar ingresos e impacto. Sin duda esto nos entrega felicidad y plenitud, ya que fuimos nosotros mismos los responsables y artífices de la creación de nuestro propósito de vida. De esto se desprende que se requiera consecuencia y

asimilación de nuestra parte. Si cuestionamos el sistema tradicional por su egoísmo e inconciencia, no podemos actuar de la misma forma y prometer lo que no podemos cumplir.

Por eso, el propósito empresarial se vive y se respira día a día, y somos fieles a él. Es la razón por la que irás a trabajar, ya que sin un propósito claro y un entorno laboral que no nos guste, será imposible ser feliz.

Palabras finales del autor

Este libro ha sido creado con amor incondicional para cada persona que lo reciba y lea. Fue escrito con el fin de promover el altruismo, la compasión, la ecuanimidad, la colaboración y el autoconocimiento, pero impactando también en tu rol como emprendedora o emprendedor, ya que no somos seres robóticos y sin emociones (aún), sino más bien una especie con un potencial maravilloso de mejora, más todavía si nos volvemos a conectar con la tierra, los animales, la flora y el prójimo.

Estamos compuestos de emociones y hechos, los que nos afectan de manera continua, modificando nuestra perspectiva de la vida y confirmando que estamos en constante cambio y evolución. Esto ratifica la frase: «No eres tu pasado». Tenemos que dejar la culpa y la resignación de lado para darle paso a la búsqueda y la curiosidad.

De esto se trata crear tu propósito de vida, de fomentar tu espíritu curioso con respecto a la persona que quieres ser en plenitud y felicidad.

No olvidemos que para establecer nuestro propósito de vida debemos reconocer y aceptar, lo que conlleva un análisis interno y externo. En el aspecto interno, podemos generar estados de calma y ecuanimidad para lograr de mejor forma nuestro propósito de vida. En el caso externo necesitamos reconocer sin juicios el impacto negativo del sistema tradicional y sus manifestaciones, pero entendiendo que es tiempo de cambiar.

Quien elabora su propósito de vida podrá elaborar su propósito empresarial de forma mucho más fiel, por lo que se aconseja hacerlo en ese orden. Además, el propósito debe ser siempre un organismo vivo, una parte de ti.

Muchas veces hablamos de emprendimiento desde lo monetario y lo financiero, pero creo que es momento de priorizar a las personas y luego el dinero. Todos tenemos talentos por descubrir y habilidades por desarrollar, que nos convierten en el verdadero activo de lo que serán los productos y servicios del futuro. Esta es la razón por la que comienzo mis libros con capítulos enfocados en el desarrollo personal para luego hablar de innovación y metodologías a nivel más técnico.

Espero que la construcción de tu propósito de vida y empresarial sean un aporte de verdad para ti y tu futuro, y que el dodecaedro de Propos-It te ilumine el camino cuando te olvides de quién eres y para dónde vas. En esa figura de papel estará escrito tu objetivo de vida de tu puño y letra, por lo que debes ser fiel a él.

Por mi lado, no suelto el mío.

Sharif Laibe

Es director ejecutivo y fundador de Origo Lab, docente de Magíster en Innovación y Emprendimiento, miembro de Fundación Vida e Instituto de Innovación y Emprendimiento (IIEC). Con más de veinte años de carrera profesional, ha orientado su trabajo a generar un impacto positivo en el medioambiente y la sociedad. Como vegano ético promueve la defensa de los derechos de los animales no humanos y el respeto por todas las especies.

En términos formales, es ingeniero comercial y periodista, MBA en Comunicaciones y Marketing Estratégico, magíster en Innovación Tecnológica y Emprendimiento (MITE), MBA Universidad de Catalunya, máster en Psicogeometría y Geometría Sagrada, máster en Neuropsicología en el Ámbito Educativo, diplomado en Planificación Estratégica, diplomado en Gestión de Empresas, diplomado en Mindfulness Enactivo y Psicología Budista, diplomado en Dirección Empresarial, diplomado en Metodologías Ágiles, diplomado en Convivencia Escolar y Socioemocionalidad, mentor certificado por Imagine Lab y la Universidad Adolfo Ibáñez, relator certificado de Power Pitch Method, Scrum Foundation Certificate, Scrum Master Professional Certificate, Scrum Product Owner Certificate, Kanban Essentials, Design Thinking Professional Certificate y Agile Coach Professional.

Cuenta con amplia experiencia en desarrollo y ejecución de proyectos y levantamiento de capital público y privado. Creador intelectual de innovaciones sociales como Máster Profe, Legión Inn y 7x7, tecnologías como Ajna, programas como Creadores, Aula Consciente, Woman Up y metodologías como Sistema-C, Dx-Express, Konkord, Step Method, Armonik, RUTTA y Umanoz. Actualmente, ha enfocado todos sus esfuerzos en promover el concepto de emprendimiento consciente, con el fin de ampliar el impacto positivo en las personas, el medio ambiente, la flora y la fauna.

Otros títulos publicados por Ediquid

La escalera del liderazgo (Bengt Saven)

Guía y charlas de meditación (Guillermo Mendoza)

El reto. Cómo dirigir un proyecto exitosamente
(Luis Llaque Quiroz)

Del caos a la metamorfosis. Logrando tus sueños
(Ruthmary López)

El secreto de la venta y la motivación
(Juan Pablo Alviar)

Cómo mentar madres con estrategia.
Un libro de inteligencia emocional (Chetta)

Descubriendo paso a paso la excelencia
en servicio al cliente (Paola Ossa)

Este no es un libro de ventas (Iván Torres)